



# भारत का राजपत्र The Gazette of India

असाधारण

EXTRAORDINARY

भाग III—खण्ड 4

PART III—Section 4

प्राधिकार से प्रकाशित

PUBLISHED BY AUTHORITY

सं. 86]

नई दिल्ली, शुक्रवार, मार्च 3, 2017/फाल्गुन 12, 1938

No. 86]

NEW DELHI, FRIDAY, MARCH 3, 2017/PHALGUNA 12, 1938

भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण

अधिसूचना

नई दिल्ली, 3 मार्च, 2017

**फा. सं. 21-1/2016-बीएंडसीएस.**—भारत सरकार, संचार एवं सूचना प्रौद्योगिकी मंत्रालय (दूरसंचार विभाग) की अधिसूचना संख्या 39 के साथ पठित भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण अधिनियम, 1997 (1997 का 24) की धारा 11 की उप-धारा (2) द्वारा प्रदत्त शक्तियों का प्रयोग करते हुए, —

- (ए) जो उक्त अधिनियम की धारा 11 की उपधारा (1) के खंड (डी) और धारा 2 की उप-धारा (1) के खंड (के) के परंतुक के तहत केन्द्रीय सरकार को प्रदत्त शक्तियों का प्रयोग करते हुए जारी की गई, और
- (बी) दिनांक 9 जनवरी, 2004 को भारत के राजपत्र, असाधारण भाग II, खंड 3 में प्रकाशित अधिसूचना संख्या का.आ. 44(अ) और 45(अ) के तहत प्रकाशित हुआ, —

भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण एतद्वारा निम्नवत् आदेश बनाता है, नामतः—

**दूरसंचार (प्रसारण और केबल) सेवाएं (आठवां) (एड्रसेबल प्रणालियां) टैरिफ आदेश, 2017**

(वर्ष 2017 का 1)

भाग—I

प्रारंभिक

## 1. संक्षिप्त नाम, प्रयोज्यता और प्रारंभ. —

- (1). इस आदेश को दूरसंचार (प्रसारण और केबल) सेवाएं (आठवां) (एड्रसेबल प्रणालियां) टैरिफ आदेश, 2017 कहा जाएगा।
- (2). यह आदेश सब्सक्राइबरों को एड्रसेबल प्रणालियों के माध्यम से उपलब्ध कराई गई टेलीविजन से संबंधित प्रसारण सेवाओं पर संपूर्ण भारत में लागू होंगे।
- (3) (क) जैसा कि उप खंड (ख) में उपबंधित है, यह आदेश, इस आदेश के शासकीय राजपत्र में प्रकाशन की तिथि के एक सौ अस्सी दिनों के बाद लागू होगा।  
(ख) इस आदेश के खंड 3, 6 और 8 इस आदेश के शासकीय राजपत्र में प्रकाशन की तिथि के तीस दिन के बाद लागू होंगे।

2. परिभाषाएं. — (1) इस आदेश में, जब तक कि संदर्भ में अन्यथा अपेक्षित न हो, -

- (ए) "अधिनियम" से आशय भारतीय दूरसंचार प्राधिकरण अधिनियम, 1997 (1997 का 24) से है;
- (बी) "एड्रसेबल प्रणाली" से आशय है एक इलेक्ट्रॉनिक उपकरण (जिसमें हार्डवेयर और इससे सम्बद्ध सॉफ्टवेयर शामिल हैं) अथवा एक से अधिक इलेक्ट्रॉनिक उपकरण, जिन्हें एकीकृत प्रणाली में रखा गया हो और जिनके माध्यम से कार्यक्रमों का संचारण, टेलीविजन चैनलों के सिगनलों के पुनः संचारण समेत, कूट (एनक्रिप्टिड) किया जा सकता है और जिन्हें सब्सक्राइबर को टेलीविजन चैनलों के वितरकों द्वारा सब्सक्राइबर की स्पष्ट पसंद व अनुरोध पर, प्राधिकृत सीमाओं के भीतर, सब्सक्राइबर के परिसर में किसी उपकरण अथवा उपकरणों से कूटानुवाद (डिकोड) किया जा सकता है ;
- (सी) "अ-ला-कार्टे अथवा अ-ला-कार्टे चैनल" से टीवी चैनल के प्रस्ताव के संदर्भ में आशय एकल आधार वाले चैनल के अलग-अलग प्रस्ताव से है;
- (डी) "प्राधिकरण" से आशय भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण अधिनियम, 1997 (1997 का 24) की धारा 3 की उपधारा (1) के तहत स्थापित भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण से है;
- (ई) "बुके" या "चैनलों के बुके" से आशय विशिष्ट चैनलों के संकलन से है, जिनकी एक समूह या बंडल के रूप में पेशकश की जाती हैं और जिसमें इसकी सभी व्याकरणिक भिन्नताएं तथा संबद्ध अभिव्यक्तियों का तदनुसार आशय होगा;
- (एफ) "प्रसारक" से आशय किसी व्यक्ति, व्यक्तियों के समूह, निगमित निकाय, या किसी संगठन या किसी ऐसे निकाय से है, जो अपने नाम पर अपने चैनलों के लिए केन्द्र सरकार से डॉउनलिकिंग अनुमति प्राप्त कर प्रोग्रामिंग सेवाएं मुहैया करवाता है;
- (जी) "अधिकतम खुदरा मूल्य में प्रसारक की हिस्सेदारी" पे चैनल अथवा पे चैनलों के बुके के संदर्भ में इसका आशय किसी टेलीविजन चैनलों के वितरक द्वारा प्रसारक को उसके पे चैनलों अथवा पे चैनलों के बुके के सिगनल के लिए, जैसा भी मामला हो, देय शुल्क है जिसके लिए उस प्रसारक से वितरक द्वारा विधिवत् रूप से प्राधिकृति प्राप्त की गई हो;
- (एच) "प्रसारण सेवाओं" का आशय है अंतरिक्ष के माध्यम से अथवा केबल के माध्यम से विद्युत चुम्बकीय तरंगों के संप्रेषण द्वारा संचार के किसी भी रूप जैसे चिह्नों, सिग्नलों, लेखनों, चित्रों, प्रतिबिंबों और सभी प्रकार की आवाजों का प्रसार, जिसे आम जनता द्वारा प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से प्राप्त किया जाना आशयित है, और इसकी सभी व्याकरणिक विभिन्नताओं और सजातीय अभिव्यक्तियों का तदनुसार अर्थ माना जाएगा;
- (आई) "केबल सेवा" अथवा "केबल टीवी सेवा" से आशय कार्यक्रमों का प्रसारण है, जिसमें केबल के माध्यम से टेलीविजन चैनलों के सिग्नलों का पुनःप्रसारण शामिल है;
- (जे) "केबल टेलीविजन नेटवर्क" अथवा "केबल टीवी नेटवर्क" से आशय है, क्लोज्ड ट्रांसमिशन पाथ और संबंधित सिगनल जनरेशन, नियंत्रण और वितरण उपकरण से मिलकर बनी कोई प्रणाली, जिसे मल्टीपल सब्सक्राइबरों द्वारा केबल सेवा प्राप्त करने के लिए डिजाइन किया गया है;
- (के) "अनुपालन अधिकारी" से आशय है, किसी सेवा प्रदाता द्वारा नामजद कोई व्यक्ति जो इस आदेश के तहत अनुपालन के लिए आवश्यकताओं को समझने में सक्षम है;
- (एल) "डॉयरेक्ट-टू-होम ऑपरेटर" अथवा "डीटीएच ऑपरेटर" से आशय है ऐसा व्यक्ति जिसे केन्द्र सरकार द्वारा डॉयरेक्ट-टू-होम (डीटीएच) सेवाएं प्रदान करने के लिए लाइसेंस दिया गया है;
- (एम) "डॉयरेक्ट-टू-होम सेवा" अथवा "डीटीएच सेवा" से आशय है उपग्रह प्रणाली का उपयोग करके, बिना किसी मध्यस्थ, जैसे केबल आपरेटर अथवा टेलीविजन चैनलों के किसी अन्य वितरक, के सीधे सब्सक्राइबर के घर तक टेलीविजन के सिग्नलों का पुनःप्रसारण करना;
- (एन) "डिस्ट्रीब्यूशन प्लेटफार्म" से आशय डीटीएच आपरेटर, मल्टी सिस्टम आपरेटर, एचआईटीएस आपरेटर अथवा आईपीटीवी आपरेटर के वितरण नेटवर्क से है;
- (ओ) "टेलीविजन चैनलों का वितरक" अथवा "वितरक" से आशय डीटीएच आपरेटर, मल्टी सिस्टम आपरेटर, एचआईटीएस आपरेटर अथवा आईपीटीवी आपरेटर से है;
- (पी) "वितरक का खुदरा मूल्य" अथवा "डीआरपी" से इस टैरिफ आदेश के प्रयोजनार्थ, आशय कर के अलावा उस मूल्य से है जो सब्सक्राइबर द्वारा उस अ-ला-कार्टे चैनल अथवा पे-चैनलों के बुके के लिए, जैसा भी मामला हो, भुगतान किया जाता है, जिसकी घोषणा टेलीविजन चैनलों के वितरक द्वारा की जाती है;
- (क्यू) "फ्री-टु-एयर चैनल" अथवा "फ्री-टु-एयर टेलीविजन चैनल" से आशय ऐसे टेलीविजन चैनल से है, जिसे प्रसारक द्वारा इस रूप में घोषित किया जाता है और जिसके लिए टेलीविजन चैनलों के वितरक द्वारा ऐसे चैनल के सिगनलों हेतु प्रसारक को किसी शुल्क का भुगतान नहीं किया जाता है;
- (आर) "हैड एंड इन द स्काई आपरेटर" अथवा "एचआईटीएस आपरेटर" से आशय ऐसे व्यक्ति से है, जिसे केन्द्र सरकार द्वारा हैड एंड इन द स्काई (एचआईटीएस) सेवा प्रदान करने के लिए अनुमति प्रदान की गयी है;

- (एस) "हैड एंड इन द स्काई सेवा" अथवा "एचआईटीएस सेवा" से आशय टेलीविजन चैनलों के सिग्नलों के पुनर्प्रसारण सहित कार्यक्रमों के प्रसारण से है—
- (i) मध्यस्थों को जैसे केबल प्रचालक या मल्टी सिस्टम ऑपरेटरों को उपग्रह प्रणाली का प्रयोग करते हुए और सब्सक्राइबर्स को सीधे नहीं; और
- (ii) उपग्रह प्रणाली तथा स्वयं का केबल नेटवर्क उपयोग कर सब्सक्राइबर्स को ;
- (टी) "इंटरनेट प्रोटोकॉल टेलीविजन आपरेटर" अथवा "आईपीटीवी आपरेटर" से आशय ऐसे व्यक्ति से है जिसे केन्द्र सरकार द्वारा आईपीटीवी सेवा प्रदान करने के लिए अनुमति प्रदान की गयी है;
- (यू) "इंटरनेट प्रोटोकॉल टेलीविजन सेवा" अथवा "आईपीटीवी सेवा" से आशय है एक या अधिक सेवा प्रदाताओं के क्लोज्ड नेटवर्क पर इंटरनेट प्रोटोकॉल का उपयोग करके एड्रसेबल पद्धति में मल्टी चैनल टेलीविजन कार्यक्रमों का वितरण करना;
- (वी) "स्थानीय केबल ऑपरेटर" अथवा "एलसीओ" से आशय, ऐसे व्यक्ति से है जिसे केबल टेलीविजन नेटवर्क नियम, 1994 के नियम 5 के अंतर्गत पंजीकृत किया गया है;
- (डब्ल्यू) "अधिकतम खुदरा मूल्य" अथवा "एमआरपी" से इस टैरिफ आदेश के प्रयोजनार्थ आशय, कर के अलावा, ऐसे अधिकतम मूल्य से है जो किसी सब्सक्राइबर द्वारा अ—ला—कार्ट पे चैनल अथवा पे—चैनलों के बुके, जैसा भी मामला हो, के लिए देय है;
- (एक्स) "मल्टी सिस्टम ऑपरेटर" अथवा "एमएसओ" से आशय किसी ऐसे ऑपरेटर से है जिसे केबल टेलीविजन नेटवर्क नियम, 1994 के नियम 11, के अंतर्गत पंजीकरण प्रदान किया गया है और जो किसी प्रसारक से कोई कार्यक्रम सेवा प्राप्त करता है और एक से अधिक सब्सक्राइबर को सीधे ही अथवा एक या अधिक स्थानीय केबल ऑपरेटरों के माध्यम से, साथ-साथ प्राप्त करने के लिए, इन्हें पुनः संचारित करता है अथवा अपनी स्वयं की कार्यक्रम सेवा को संचारित करता है;
- (वाई) "नेटवर्क क्षमता शुल्क" से आशय, कर के अलावा, उस राशि से है जो एक सब्सक्राइबर द्वारा सब्सक्राइब किए गए टेलीविजन चैनलों को प्राप्त करने के लिए उपयोग किए गए वितरण नेटवर्क क्षमता हेतु टेलीविजन चैनलों के वितरक को देय है तथा इसमें पे चैनल अथवा पे चैनलों के बुके, जैसा भी मामला हो, के लिए सब्सक्रिप्शन शुल्क शामिल नहीं है ;
- (जेड) "आदेश" का आशय दूरसंचार (प्रसारण और केबल) सेवाएं (आठवा) (एड्रसेबल प्रणालियां) टैरिफ आदेश, 2017 है;
- (जेडए) "पे—चैनल" से आशय ऐसे चैनल से है, जिसे प्रसारक द्वारा इस रूप में घोषित किया जाता है तथा जिसके लिए टेलीविजन चैनलों के वितरक द्वारा अधिकतम खुदरा मूल्य में प्रसारक की हिस्सेदारी को प्रसारक को भुगतान किया जाना होता है और जिसके लिए सब्सक्राइबर्स तक ऐसे चैनलों के वितरण हेतु प्रसारक से विधिवत प्राधिकार प्राप्त करना आवश्यक होता है;
- (जेडबी) "कार्यक्रम" से आशय किसी टेलीविजन प्रसारण से है तथा इसमें निम्नवत शामिल हैं:-
- (i) फिल्मों, वृत्तचित्रों, नाटकों, विज्ञापनों तथा धारावाहिकों का प्रदर्शन ;
- (ii) कोई श्रव्य अथवा दृश्य अथवा श्रव्य—दृश्य सजीव प्रदर्शन अथवा प्रस्तुतीकरण; और....
- "कार्यक्रम सेवा" अभिव्यक्ति का तदनुसार अर्थ समझा जाएगा;
- (जेडसी) "संदर्भ अंतःसंयोजन प्रस्ताव" अथवा "आरआईओ" का आशय एक सेवा प्रदाता द्वारा प्रकाशित एक दस्तावेज से है, जिसमें उन नियमों और शर्तों को निर्दिष्ट किया जाता है, जिस पर अन्य सेवा प्रदाता ऐसे सेवा प्रदाता के साथ अंतःसंयोजन प्राप्त कर सकते हैं;
- (जेडडी) "विनियम" का आशय दूरसंचार (प्रसारण और केबल) सेवाएं अंतःसंयोजन (एड्रसेबल प्रणालियां) विनियम, 2017 तथा दूरसंचार (प्रसारण और केबल) सेवाएं—सेवा की गुणवत्ता के मानक और उपभोक्ता संरक्षण (एड्रसेबल प्रणालियां) विनियम, 2017 हैं;
- (जेडई) "सेवा प्रदाता" से आशय सेवा प्रदाता के रूप में सरकार से है और जिसमें लाइसेंसधारी के साथ प्रसारक, टेलीविजन चैनलों के वितरक अथवा स्थानीय केबल ऑपरेटर भी शामिल हैं;
- (जेडएफ) "सेट टॉप बॉक्स" का आशय एक ऐसे उपकरण से है जो टेलीविजन रिसेवर से जुड़ा हुआ या उसका एक भाग होता है और जो सब्सक्राइबर को सब्सक्राइब किए गए चैनलों को देखने में समर्थ बनाता है;
- (जेडजी) "सब्सक्राइबर" से आशय इस टैरिफ आदेश के प्रयोजनार्थ ऐसे व्यक्ति से है जो किसी टेलीविजन चैनल के वितरक द्वारा उपलब्ध कराई गई टेलीविजन से संबंधित प्रसारण सेवाओं को ऐसे व्यक्ति द्वारा बताए गए स्थान पर बिना किसी अन्य व्यक्ति को पुनर्प्रसारित किए केबल टेलीविजन के सिग्नल प्राप्त करता है और केबल टेलीविजन के सिग्नलों को आगे किसी अन्य व्यक्ति को कोई विशिष्ट धनराशि प्राप्त कर न ही सुनने देता है और न ही देखने देता है और सब्सक्राइबर की गई टेलीविजन से संबंधित प्रसारण सेवाओं को प्राप्त करने के लिए ऐसे प्रत्येक स्थान पर अवस्थित ऐसा प्रत्येक सेट टॉप बॉक्स एक सब्सक्राइबर माना जाएगा;
- (जेडएच) "टेलीविजन चैनल" से आशय किसी चैनल से है जिसे केन्द्र सरकार द्वारा समय—समय पर जारी नीतिगत दिशा निर्देशों के तहत डाउनलिंकिंग हेतु अनुमति प्रदान की गई हो तथा "चैनल" शब्द का अभिप्राय "टेलीविजन चैनल" माना जाएगा।

(2) इस आदेश में प्रयुक्त किए गए किंतु परिभाषित नहीं किए गए और अधिनियम में या केबल टेलीविजन नेटवर्क (विनियम) अधिनियम, 1995 और इसके तहत बनाए गए नियमों और अन्य विनियमों में परिभाषित किए गए अन्य सभी शब्दों और अभिव्यक्तियों का अर्थ वही होगा, जो उन्हें यथास्थिति, उप अधिनियमों या नियमों या अन्य विनियमों, में क्रमशः निर्दिष्ट किया गया है।

## भाग II

### टैरिफ

3. **प्रसारकों द्वारा चैनलों को पेशकश करने का तरीका.**—(1) प्रत्येक प्रसारक, सभी टेलीविजन चैनलों के वितरकों को अ—ला—कार्टे आधार पर अपने सभी चैनलों की पेशकश करेगा।

(2) प्रत्येक प्रसारक घोषणा करेगा कि :—

(क) अपने प्रत्येक चैनल का स्वरूप यथा 'फ्री-टु-एयर' अथवा पे-चैनल; और

(ख) अ—ला—कार्टे आधार पर प्रसारक के द्वारा उसके प्रत्येक पे-चैनल हेतु सब्सक्राइबर द्वारा प्रतिमाह भुगतान किया जाने वाला अधिकतम खुदरा मूल्य:

बशर्ते कि किसी पे-चैनल का अधिकतम खुदरा मूल्य 'शून्य' से अधिक होगा :

बशर्ते आगे कि किसी चैनल का अधिकतम खुदरा मूल्य सभी वितरण प्लेटफार्मों पर एक समान होगा।

(3) प्रसारक अपने पे-चैनलों को बुके के रूप में पेशकश कर सकते हैं तथा ऐसे बुकों के लिए सब्सक्राइबर द्वारा प्रतिमाह भुगतान किए जाने वाले अधिकतम खुदरा मूल्य की घोषणा कर सकते हैं:

बशर्ते कि किसी पे-चैनलों के बुके को तैयार करते हुए, प्रसारक अपनी किसी सहायक कंपनी अथवा धारक कंपनी अथवा धारक कंपनी की सहायक कंपनी, जिसने अपने टेलीविजन चैनलों के लिए केन्द्र सरकार से अपने नाम पर डॉउनलिकिंग अनुमति प्राप्त कर ली है, उनके द्वारा लिखित प्राधिकार किए जाने पर उक्त कंपनियों के पे-चैनलों का संयोजन कर सकता है तथा पे-चैनलों के ऐसे बुके के लिए सब्सक्राइबर द्वारा प्रतिमाह भुगतान किए जाने वाले अधिकतम खुदरा मूल्य घोषित कर सकता है:

बशर्ते कि ऐसे बुके में ऐसा कोई पे-चैनल नहीं होगा जिसका प्रतिमाह अधिकतम खुदरा मूल्य उन्नीस रुपए से अधिक हो :

बशर्ते आगे कि पे-चैनलों के ऐसे बुके का प्रतिमाह अधिकतम खुदरा मूल्य ऐसे बुके का भाग बनने वाले अ—ला—कार्टे पे-चैनलों के अधिकतम खुदरा मूल्यों के योग के पचासी प्रतिशत से कम नहीं होगा :

बशर्ते आगे कि पे-चैनलों के ऐसे बुके का अधिकतम खुदरा मूल्य सभी वितरण प्लेटफार्मों के लिए एक समान होगा :

बशर्ते आगे कि ऐसे बुके में कोई फ्री-टु-एयर चैनल नहीं होगा :

बशर्ते यह भी आगे कि ऐसे बुके में किसी चैनल के, एचडी और एसडी , दोनों स्वरूप एक साथ शामिल नहीं होंगे।

**स्पष्टीकरण :** इस आदेश के प्रयोजनार्थ, "सहायक कंपनी" और "धारक कंपनी" की परिभाषा वही होगी जो उसे कंपनी अधिनियम, 2013 (2013 का अठाहरवां) में दी गई है।

(4) प्रसारक अपने अ—ला—कार्टे पे-चैनल(लों) के अधिकतम खुदरा मूल्य(यों) पर प्रचार योजनाओं की पेशकश कर सकता है :

बशर्ते आगे कि किसी भी समय ऐसी योजनाओं की अवधि नब्बे दिनों से अधिक नहीं होगी:

बशर्ते आगे कि प्रसारक द्वारा ऐसी किसी योजना की बारम्बारता किसी कलेण्डर वर्ष में दो बार से अधिक नहीं होगी:

बशर्ते आगे कि ऐसी किसी प्रचार योजना के तहत पेशकश किए गए अ—ला—कार्टे पे चैनल(लों) के मूल्य(यों) को ऐसी प्रचार योजना की अवधि के दौरान अधिकतम खुदरा मूल्य माना जाएगा:

बशर्ते यह भी आगे कि ऐसी किसी प्रचार योजना के तहत अ—ला—कार्टे पे- चैनल(लों) के प्रस्तावित मूल्य(यों) पर प्राधिकरण द्वारा अधिसूचित विनियम और टैरिफ आदेशों के उपबंध लागू होंगे।

(5) प्रत्येक प्रसारक किसी चैनल के स्वरूप अथवा किसी पे-चैनल के अधिकतम खुदरा मूल्य अथवा किसी पे-चैनल के बुके के अधिकतम खुदरा मूल्य अथवा किसी पे-चैनल के बुके का संयोजन जैसा भी मामला हो, में परिवर्तन करने से पूर्व, प्राधिकरण द्वारा अधिसूचित सभी लागू विनियमों के उपबंध का अनुपालन करेगा जिसमें संदर्भ अंतःसंयोजन प्रस्ताव का प्रकाशन शामिल होगा परन्तु इस तक ही सीमित नहीं होगा।

4. **टेलीविजन चैनलों के वितरकों द्वारा नेटवर्क क्षमता शुल्क की घोषणा तथा चैनलों को पेशकश किए जाने की पद्धति.**—(1) प्रत्येक टेलीविजन चैनलों का वितरक, टेलीविजन चैनलों का सिग्नल प्राप्त करने हेतु वितरण नेटवर्क क्षमता उपयोग करने के लिए किसी सब्सक्राइबर द्वारा प्रतिमाह भुगतान किये जाने वाले नेटवर्क क्षमता शुल्क की घोषणा करेगा:

बशर्ते कि प्रारंभिक एक सौ एसडी चैनलों के लिए प्रतिमाह नेटवर्क क्षमता शुल्क किसी भी स्थिति में, कर के अलावा, एक सौ तीस रुपए से अधिक नहीं होगा:

बशर्ते आगे कि उप-खण्ड (1) के प्रथम परंतुक में संदर्भित प्रारंभिक एक सौ चैनलों से अधिक चैनलों हेतु वितरण नेटवर्क क्षमता के लिए नेटवर्क क्षमता शुल्क, प्रत्येक पच्चीस एसडी चैनलों की स्लैब के लिए, किसी भी स्थिति में, कर के अलावा, बीस रुपए प्रतिमाह से अधिक नहीं होगा:

बशर्ते यह भी कि सब्सक्राइब किए गए वितरण नेटवर्क क्षमता के भीतर चैनलों की संख्या का परिकलन करने के उद्देश्य से एक एचडी चैनल को दो एसडी चैनल के समकक्ष माना जाएगा।

(2) प्रत्येक टेलीविजन चैनलों का वितरक सभी सब्सक्राइबरों को अपने नेटवर्क पर उपलब्ध सभी चैनलों को अ-ला-कार्ट आधार पर पेशकश करेगा तथा सब्सक्राइबर द्वारा भुगतान किए जाने वाले प्रत्येक पे-चैनल के प्रतिमाह वितरक खुदरा मूल्य की घोषणा करेगा :

बशर्ते कि सब्सक्राइबर द्वारा किसी टेलीविजन चैनल के वितरक को पे-चैनल को सब्सक्राइब करने के लिए भुगतान किया जाने वाला प्रतिमाह वितरक खुदरा मूल्य, किसी भी स्थिति में, ऐसे पे-चैनल के लिए प्रसारक द्वारा घोषित किए गए अधिकतम खुदरा मूल्य से अधिक नहीं होगा।

(3) प्रत्येक टेलीविजन चैनलों का वितरक; प्रसारक द्वारा पेशकश किए जाने वाले पे-चैनल के प्रत्येक बुके की संरचना में कोई परिवर्तन किए बिना उसकी पेशकश करेगा, जिसके लिए उस प्रसारक के साथ अंतर्संयोजन करार पर हस्ताक्षर किए गए हैं, तथा सब्सक्राइबर द्वारा ऐसे बुके के लिए भुगतान किए जाने वाले प्रतिमाह वितरक खुदरा मूल्य की घोषणा करेगा :

बशर्ते कि प्रसारक द्वारा पेशकश किए जाने वाले पे-चैनल के बुके को सब्सक्राइब करने के लिए सब्सक्राइबर द्वारा टेलीविजन चैनलों के वितरक को भुगतान किए जाने वाला प्रतिमाह वितरक खुदरा मूल्य पे-चैनलों के ऐसे बुके हेतु प्रसारकों द्वारा घोषित किए गए प्रतिमाह अधिकतम खुदरा मूल्य से अधिक नहीं होगा :

बशर्ते आगे कि ऐसे बुके में ऐसा कोई पे-चैनल नहीं होगा प्रसारकों द्वारा घोषित किए गए जिसका प्रतिमाह अधिकतम खुदरा मूल्य उन्नीस रुपए से अधिक हो :

बशर्ते आगे कि ऐसे बुके में कोई फ्री टू एयर चैनल नहीं होगा :

बशर्ते यह भी कि ऐसे बुके में किसी चैनल के, एचडी और एसडी, दोनों स्वरूप एक साथ शामिल नहीं होंगे।

(4) टेलीविजन चैनलों का वितरक एक या एक से अधिक प्रसारकों के पे-चैनलों से तैयार किए गए बुके की पेशकश कर सकता है तथा सब्सक्राइबर द्वारा भुगतान किए जाने वाले ऐसे बुके के प्रतिमाह वितरक खुदरा मूल्य की घोषणा कर सकता है:

बशर्ते कि ऐसे बुके में ऐसा कोई पे-चैनल नहीं होगा प्रसारकों द्वारा घोषित किए गए जिसका प्रतिमाह अधिकतम खुदरा मूल्य उन्नीस रुपए से अधिक हो :

बशर्ते आगे कि पे-चैनलों के ऐसे बुके का प्रतिमाह वितरक खुदरा मूल्य उस बुके का भाग बनने वाले पे-चैनलों के अ-ला-कार्ट तथा पे-चैनलों के बुके के प्रतिमाह वितरक खुदरा मूल्य के योग के पचासी प्रतिशत से कम नहीं होगा :

बशर्ते आगे कि टेलीविजन चैनलों के वितरक द्वारा पेशकश किए जाने वाले पे-चैनलों के बुके का प्रतिमाह वितरक खुदरा मूल्य किसी भी स्थिति में उस बुके का भाग बनने वाले तथा प्रसारकों द्वारा घोषित किए गए अ-ला-कार्ट पे-चैनल तथा पे-चैनलों के बुके के प्रतिमाह अधिकतम खुदरा मूल्य के योग से अधिक नहीं होगा :

बशर्ते आगे कि ऐसे बुके में कोई फ्री टू एयर चैनल नहीं होगा :

बशर्ते आगे कि ऐसे बुके में किसी चैनल के, एचडी और एसडी, दोनों स्वरूप एक साथ शामिल नहीं होंगे।

**स्पष्टीकरण :** संदेह दूर करने के लिए यहां पर स्पष्ट किया जाता है कि इस खण्ड के तहत बुके तैयार करते हुए टेलीविजन चैनल का वितरक, वितरण स्तर पर दो या दो से अधिक बुके बनाने के लिए किसी वितरक द्वारा पेशकश किए गए पे-चैनलों के बुके का विखंडन नहीं करेगा।

(5) टेलीविजन चैनलों का वितरक, एक या एक से अधिक प्रसारकों के फ्री टू एयर चैनलों से तैयार किए गए बुके की पेशकश कर सकता है।

(6) कोई भी टेलीविजन चैनलों का वितरक, फ्री टू एयर चैनल या फ्री टू एयर चैनलों के बुके को सब्सक्राइब करने के लिए अपने सब्सक्राइबरों से नेटवर्क क्षमता शुल्क के अलावा किसी अन्य राशि का उद्ग्रहण नहीं करेगा।

(7) केन्द्र सरकार द्वारा सब्सक्राइबरों को अनिवार्य रूप से उपलब्ध कराए जाने वाले अधिसूचित चैनलों के अतिरिक्त सब्सक्राइब की गई वितरण नेटवर्क क्षमता के भीतर कोई भी सब्सक्राइबर टेलीविजन चैनल के वितरकों द्वारा पेशकश किए गए फ्री टू एयर चैनल(लॉ) अथवा पे-चैनल(लॉ) अथवा प्रसारकों द्वारा पेशकश किए जाने वाले पे-चैनलों के बुके अथवा टेलीविजन चैनलों के वितरकों द्वारा पेशकश किए जाने वाले चैनलों के बुके अथवा तत्संबंधी में से किसी भी संयोजन का चयन कर सकते हैं:

बशर्ते यह कि यदि कोई सब्सक्राइबर पे-चैनलों अथवा पे-चैनलों के बुके का चयन करता है तो वह ऐसे चैनल(लॉ) तथा बुके के लिए नेटवर्क क्षमता शुल्क के अतिरिक्त वितरक खुदरा मूल्य(यों) के योग के समकक्ष राशि का भुगतान करेगा।

(8) टेलीविजन चैनलों का कोई वितरक, खण्ड 4 की उप-खण्ड (1) के अधधीन किसी सब्सक्राइबर द्वारा सब्सक्रिप्शन की तिथि से छह माह की अवधि के लिए नेटवर्क क्षमता शुल्क में वृद्धि नहीं करेगा:

बशर्ते कि टेलीविजन चैनलों का वितरक, नेटवर्क क्षमता शुल्क में कोई परिवर्तन करने से पूर्व, निर्धारित परिवर्तन किए जाने के कम से कम तीस दिन पूर्व —

(क) प्राधिकरण को सूचित करेगा; और

(ख) चैनल पर स्कॉल चलाकर सब्सक्राइबर को जानकारी देगा।

**5. टेलीविजन चैनलों के वितरक द्वारा आधारभूत सेवा टीयर की पेशकश किया जाना.**—(1) टेलीविजन चैनलों का प्रत्येक वितरक सौ फ्री टू एयर चैनलों के कम से कम एक बुके की पेशकश करेगा, जिसे आधारभूत सेवा टीयर कहा गया है, जिसमें ऐसे सभी चैनल शामिल होंगे जिन्हें केन्द्र सरकार द्वारा सभी सब्सक्राइबरों को अनिवार्य रूप से प्रदान किए जाने हेतु अधिसूचित किया गया है तथा ऐसे बुके में प्रत्येक जेनरे, जैसा कि दूरसंचार (प्रसारण और केबल) सेवाएं अंतःसंयोजन (एट्रिसेबल प्रणालियां) विनियम, 2017 में संदर्भित है, के कम से कम पांच चैनल शामिल होंगे:

बशर्ते कि यदि नेटवर्क पर किसी विशिष्ट जेनरे में पर्याप्त संख्या में फ्री टू एयर चैनल उपलब्ध न हों, तो टेलीविजन चैनलों का वितरक अन्य जेनरे के चैनलों को शामिल कर सकता है।

**स्पष्टीकरण :** किसी भी प्रकार के संदेह को दूर करने के लिए यह स्पष्ट किया जाता है कि ऐसा बुके सब्सक्राइबर को उपलब्ध विकल्पों में से एक होगा। तथापि, सब्सक्राइबर को अपनी आवश्यकता के अनुसार आधारभूत सेवा टीयर का बुके अथवा टेलीविजन चैनलों के वितरक के प्लेटफार्म पर उपलब्ध पे-चैनलों के बुके अथवा फ्री टू एयर चैनलों के बुके अथवा अ-ला-कार्ट पे-चैनल अथवा अ-ला-कार्ट फ्री टू एयर चैनल अथवा तत्संबंधी संयोजन का चयन करने की पूर्ण स्वतंत्रता होगी।

### भाग III

#### सेवा प्रदाताओं द्वारा रिपोर्टिंग

**6. प्रसारकों द्वारा रिपोर्टिंग संबंधी आवश्यकता.**—(1) प्रत्येक प्रसारक इस खंड के लागू होने की तिथि से नब्बे दिनों के भीतर प्राधिकरण को निम्नवत जानकारी उपलब्ध कराएगा, नामतः:

- (क) प्रसारक द्वारा पेशकश किए जाने वाले प्रत्येक चैनल का नाम, स्वरूप, भाषा;
- (ख) प्रसारक द्वारा पेशकश किए गए प्रत्येक पे-चैनल, यदि कोई हो, का प्रतिमाह अधिकतम खुदरा मूल्य तथा श्रेणी;
- (ग) प्रसारक द्वारा पेशकश किए गए पे-चैनल के सभी बुकों की सूची, यदि कोई हो, साथ ही प्रत्येक बुके का संबंधित प्रतिमाह अधिकतम खुदरा मूल्य तथा प्रत्येक ऐसे बुके में अंतर्विष्ट सभी पे-चैनलों के नाम:

बशर्ते कि ऐसी प्रथम रिपोर्ट प्रसारक की वेबसाइट पर साथ ही प्रकाशित की जाएगी:

बशर्ते यह भी कि बुके के नाम, स्वरूप, जेनरे, भाषा, चैनलों के प्रतिमाह अधिकतम खुदरा मूल्य तथा बुके के प्रतिमाह अधिकतम खुदरा मूल्य अथवा संरचना, जैसा भी मामला हो, में आगे परिवर्तन किये जाने पर, —

- (क) ऐसा परिवर्तन किए जाने के कम से कम तीस दिन पूर्व प्राधिकरण को जानकारी दी जाएगी; और
- (ख) साथ ही साथ प्रसारक की वेबसाइट पर प्रकाशित की जाएगी।

(2) प्रत्येक प्रसारक, जो इस खंड के लागू होने के बाद,—

- (क) कोई नया चैनल आरंभ करता है; अथवा
- (ख) पे-चैनलों का नया बुके आरंभ करता है; अथवा
- (ग) किसी चैनल को बंद करता है; अथवा
- (घ) पे-चैनलों के किसी बुके को बंद करता है;

वह ऐसे चैनलों व बुके को आरंभ करने या बंद करने से कम से कम तीस दिन पूर्व, प्राधिकरण को निम्नवत जानकारी उपलब्ध कराएगा, नामतः:

- (i) आरंभ किए जाने वाले अथवा बंद किए जाने वाले चैनल का नाम, स्वरूप, भाषा;
- (ii) ऐसे पे-चैनल को आरंभ अथवा बंद किए जाने की तिथि;
- (iii) पे-चैनल का प्रतिमाह अधिकतम खुदरा मूल्य;
- (iv) आरंभ किए जाने वाले अथवा बंद किए जाने वाले बुके के संघटक पे-चैनलों का नाम तथा ऐसे बुके का प्रतिमाह अधिकतम खुदरा मूल्य:

बशर्ते यह कि चैनल(लों) अथवा बुके को आरंभ करने अथवा बंद करने से संबंधित जानकारी को प्रसारक की वेबसाइट पर भी साथ ही साथ प्रकाशित किया जाएगा:

बशर्ते यह भी कि इस प्रकार आरंभ किए गए चैनलों के नाम, स्वरूप, भाषा, अधिकतम खुदरा मूल्य में आगे कोई परिवर्तन किए जाने और इस प्रकार आरंभ किए गए बुके का अधिकतम खुदरा मूल्य अथवा संरचना, जैसा भी मामला हो, में आगे कोई परिवर्तन किए जाने पर :—

- (क) परिवर्तन किए जाने के कम से कम तीस दिन पूर्व प्राधिकरण को जानकारी प्रदान की जाएगी; और
- (ख) साथ ही साथ प्रसारक की वेबसाइट पर भी जानकारी प्रकाशित की जाएगी।

7. टेलीविजन चैनलों के वितरकों द्वारा जानकारी प्रदान किए जाने संबंधी अवश्यकता.—(1) प्रत्येक टेलीविजन चैनलों का वितरक, इस आदेश के लागू होने की तिथि से तीस दिनों के भीतर प्राधिकरण को निम्नवत जानकारी उपलब्ध कराएगा नामतः—

- (क) 100 एसडी चैनलों हेतु सब्सक्राइबर द्वारा भुगतान किए जाने वाला प्रतिमाह नेटवर्क क्षमता शुल्क;
- (ख) प्रत्येक अतिरिक्त 25 एसडी चैनलों के लिए सब्सक्राइबर द्वारा भुगतान किया जाने वाला प्रतिमाह नेटवर्क क्षमता शुल्क;
- (ग) उसके वितरण प्लेटफार्म पर उपलब्ध सभी चैनलों की सूची उनके नाम, स्वरूप, भाषा सहित ;
- (घ) उसके वितरण प्लेटफार्म पर उपलब्ध प्रत्येक पे-चैनल का प्रतिमाह वितरक खुदरा मूल्य ;
- (ङ) प्रसारकों द्वारा तैयार किए गए सभी पे-चैनलों के बुकों, जो कि उसके वितरण प्लेटफार्म पर उपलब्ध हैं, की सूची साथ ही उनके संबंधित प्रतिमाह वितरक खुदरा मूल्य और तत्संबंधी संघटक पे-चैनलों के नाम;
- (च) उसके द्वारा तैयार किए 'पे-चैनलों' के बुकों, जो कि उसके वितरण प्लेटफार्म पर उपलब्ध हैं, की सूची साथ ही उनके संबंधित प्रतिमाह वितरक खुदरा मूल्य तथा तत्संबंधी संघटक पे-चैनलों के नाम;
- (छ) इसके वितरण प्लेटफार्म पर उपलब्ध फ्री टू एयर चैनलों के बुकों की सूची साथ ही तत्संबंधी संघटक फ्री टू एयर चैनलों के नाम;  
बशर्ते कि ऐसी प्रथम रिपोर्ट को टेलीविजन चैनलों के वितरक की वेबसाइट पर भी साथ-साथ प्रकाशित किया जाएगा:  
बशर्ते यह भी कि नेटवर्क क्षमता शुल्क, चैनलों के नाम, स्वरूप, भाषा, वितरक खुदरा मूल्य तथा पे-चैनलों के बुकों के वितरक खुदरा मूल्य व संरचना एवं फ्री टू एयर चैनलों के बुकों की संरचना, जैसा भी मामला हो, में बाद में कोई परिवर्तन किए जाने पर .....
- (क) परिवर्तन किए जाने के कम से कम पन्द्रह दिन पूर्व प्राधिकरण को जानकारी दी जाएगी; और
- (ख) वितरक की वेबसाइट पर भी साथ ही साथ प्रकाशित किया जाएगा।

(2) प्रत्येक टेलीविजन चैनलों का वितरक, जो इस आदेश के लागू होने के पश्चात् अपनी सेवाएं आरंभ करता है, वह प्राधिकरण में सेवाएं आरंभ करने से पूर्व एक रिपोर्ट जमा करेगा जिसमें, इस खण्ड की उप-खण्ड (1) के तहत यथा अपेक्षित जानकारी अंतर्विष्ट होगी तथा उसके पश्चात् ऐसी जानकारी के संबंध में किसी प्रकार का परिवर्तन होने पर, परिवर्तन किए जाने के कम से कम पन्द्रह दिन पूर्व प्राधिकरण को सूचित करेगा।

#### भाग-IV

##### विविध

8. अनुपालन अधिकारी को नामोदिष्ट किया जाना एवं उसके दायित्व. —

(1) प्रत्येक प्रसारक और टेलीविजन चैनलों का प्रत्येक वितरक, इस खंड के प्रारंभण की तारीख से तीस दिन के अंदर एक अनुपालन अधिकारी को नामजद करेगा।

(2) प्रत्येक प्रसारक और टेलीविजन चैनलों का प्रत्येक वितरक, जो इस खंड के लागू किए जाने के पश्चात् अपने प्रचालन आरंभ करता है, अपने प्रचालनों के प्रारंभण की तारीख से तीस दिन के अंदर एक अनुपालन अधिकारी नामजद करेगा।

(3) टेलीविजन चैनलों का प्रत्येक ऐसा प्रसारक या वितरक, जैसा भी मामला हो, इस खंड के प्रावधानों उपबंधों के अंतर्गत अनुपालन अधिकारी नामजदगी की तारीख से तीस दिन के अंदर प्राधिकरण को, बोर्ड के संकल्प, जिसमें उस अनुपालन अधिकारी की नामजदगी प्राधिकृत की गई हो, की अधिप्रमाणित प्रति के साथ-साथ अनुपालन अधिकारी का नाम, पूरा पता, संपर्क नंबर और ई-मेल का पता प्रस्तुत करेगा:

बशर्ते कि टेलीविजन चैनलों का प्रत्येक वितरक, जो एक कंपनी नहीं है, इस खंड के प्रावधानों के अंतर्गत अनुपालन अधिकारी की नामजदगी की तारीख से तीस दिन के अंदर प्राधिकरण को प्राधिकार-पत्र, जिसमें उस अनुपालन अधिकारी की नामजदगी प्राधिकृत की गई हो, की अधिप्रमाणित प्रति के साथ-साथ अनुपालन अधिकारी का नाम, पूरा पता, संपर्क नंबर और ई-मेल का पता प्रस्तुत करेगा।

(4) इस खंड के प्रावधानों के अंतर्गत नामजद किए गए अनुपालन अधिकारी के नाम में किसी परिवर्तन की स्थिति में, इसे बोर्ड के संकल्प या प्राधिकार पत्र, जैसा भी मामला हो, की अधिप्रमाणित प्रति के साथ-साथ, ऐसा परिवर्तन होने की तारीख से तीस दिन के अंदर सेवा प्रदाता द्वारा प्राधिकरण को सूचित किया जाएगा।

(5) अनुपालन अधिकारी के पते या संपर्क नंबर या ई-मेल के पते में किसी परिवर्तन की स्थिति में ऐसा परिवर्तन होने की तारीख से दस दिन के अंदर सेवा प्रदाता द्वारा प्राधिकरण को सूचित किया जाएगा।

(6) अनुपालन अधिकारी निम्नलिखित के लिए जिम्मेदार होगा:

- (क) इस आदेश के प्रावधानों के साथ अनुरूपता सुनिश्चित करने के लिए जागरूकता पैदा करना;
- (ख) इस आदेश और इस आदेश के अंतर्गत जारी किए गए प्राधिकरण के अन्य निर्देशों के अनुपालन के संबंध में प्राधिकरण को सूचित करना;
- (ग) यह सुनिश्चित करना कि सेवा प्रदाता द्वारा इस आदेश के अनुपालन हेतु उचित प्रक्रियाएं स्थापित कर दी गई हैं और उनका पालन किया जा रहा है।

(7) उप-खंड (6) में निहित प्रावधान सेवा प्रदाता द्वारा इस आदेश के पालन के दायित्व के अतिरिक्त होगा ।

**9. प्राधिकरण की हस्तक्षेप करने की शक्ति.**—(1) प्राधिकरण अपने द्वारा दिये गये आदेश अथवा जारी किये गये निर्देश के द्वारा इस आदेश के प्रावधानों का अनुपालन सुनिश्चित करने, अथवा प्रसारण सेवाओं एवं केबल सेवाओं के सब्सक्राइबर्स एवं सेवा प्रदाताओं के हितों की रक्षा करने अथवा प्रसारण सेवाओं एवं केबल सेवाओं के संवर्धन एवं उनकी सुव्यवस्थित प्रगति सुनिश्चित करने, अथवा प्रसारण सेवाओं एवं केबल सेवाओं के प्रचालन में प्रतिस्पर्धा लाने में सहायता और उनमें कुशलता के संवर्धन हेतु हस्तक्षेप कर सकता है ताकि इन सेवाओं की प्रगति में सहायता मिले।

**10. निरसन एवं सेविंग.**—(1) दूरसंचार (प्रसारण और केबल) सेवाएं (तृतीय) (सीएसए क्षेत्र) टैरिफ आदेश, 2006 तथा इसके समस्त संशोधन और इसके तहत जारी समस्त निर्देशों का एतद्वारा निरसन किया जाता है।

(2) दूरसंचार (प्रसारण और केबल) सेवाएं (द्वितीय) (एड्रसेबल सिस्टम्स) टैरिफ आदेश, 2010 के समस्त प्रावधान तथा उनके समस्त संशोधनों एवं उसके तहत जारी निर्देशों, व्यावसायिक सब्सक्राइबर्स पर लागू प्रावधानों के अलावा, का एतद्वारा निरसन किया जाता है।

(3) दूरसंचार (प्रसारण और केबल) सेवाएं (पांचवां) (डिजिटल एड्रसेबल केबल टीवी सिस्टम्स) टैरिफ आदेश, 2013 तथा उसके समस्त संशोधनों, उसके तहत जारी समस्त निर्देशों का एतद्वारा निरसन किया जाता है।

(4) इस खंड के उपखंड (1), (2) एवं (3) के तहत निरसन से निम्नलिखित पर प्रभाव नहीं पड़ेगा —

- (क) निरसित आदेश(शों) के पूर्व प्रचालन अथवा निरसित आदेश(शों) के तहत किया गया कुछ अथवा की गई कोई कार्यवाई; अथवा
- (ख) इस प्रकार निरसित आदेश(शों) के तहत अधीग्रहीत, दिया गया अथवा वहन किया गया कोई अधिकार, विशेषाधिकार, दायित्व; अथवा
- (ग) इस प्रकार निरसित आदेश(शों) के विरुद्ध किये गये किसी अपराध के संबंध में वहन की गई कोई शास्ति, जब्ती अथवा सजा; अथवा
- (घ) उपरोक्त आदेश(शों) का निरसन न किये जाने की स्थिति में, उपरोक्त किसी अधिकार, विशेषाधिकार, दायित्व, शास्ति, जब्ती अथवा सजा के संबंध में कोई जांच, कानूनी कार्यवाही अथवा उपचार तथा ऐसी कोई जांच, कानूनी दायित्व अथवा उपचार आरंभ, जारी अथवा प्रवृत्त किया जा सकेगा, तथा ऐसी कोई शास्ति, जब्ती एवं सजा लगाई जा सकेगी।

सुधीर गुप्ता, सचिव, भादूविप्रा

[विज्ञापन-III/4/असा./455/16]

**नोट :** इस आदेश के साथ संलग्न व्याख्यात्मक ज्ञापन में दूरसंचार (प्रसारण और केबल) सेवाएं (आठवां) (एड्रसेबल सिस्टम्स) टैरिफ आदेश, 2017 के उद्देश्यों एवं कारणों की व्याख्या की गई है।

**अनुबंध**

### व्याख्यात्मक ज्ञापन

#### I. पृष्ठभूमि

- प्रसारण और केबल सेवाओं का विनियमन वर्ष 2004 में भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण (जिसे इसके पश्चात् प्राधिकरण के नाम से जाना जायेगा) को सौंपा गया था। उस समय यह क्षेत्र अनालॉग, नॉन-एड्रसेबल था तथा अत्यंत अविनियमित प्रतीत होता था, जिसमें प्रचालन संबंधी पारदर्शिता नहीं थी, मूल्य उतार-चढ़ाव होता रहता था तथा हितधारकों के हितों में टकराव की स्थिति थी। टेलीविजन चैनलों को सब्सक्राइबर्स को, चैनलों के पूर्व-निर्धारित बुके में, प्रदान किये जाते थे। भादूविप्रा ने प्रसारण और केबल सेवाओं हेतु पहला टैरिफ आदेश 15 जनवरी, 2004 को जारी किया था, जिसमें 26 दिसम्बर, 2003 की स्थिति के अनुसार नॉन-एड्रसेबल काल में मौजूद टेलीविजन चैनलों एवं बुकों की कीमतों पर रोक लगाई गई थी।
- नॉन-एड्रसेबल युग में लेगेसी एनालॉग सिस्टम्स में पारदर्शिता का अभाव था। एक ओर जहां प्रसारकों का यह मत था कि टेलीविजन चैनल वितरक अनेक चैनलों को देखने वाले सब्सक्राइबर्स की कुल संख्या के बारे में कम जानकारी दे रहे थे, वहीं दूसरी ओर, टेलीविजन चैनल वितरकों का तर्क था कि प्रसारक सब्सक्राइबर्स की संख्या में वर्ष दर वर्ष अनौचित्यपूर्ण वृद्धि की मांग करते थे। इसके अलावा, प्रति चैनल शुल्कों की उनकी मांग अनौचित्यपूर्ण तरीके से अधिक थी। इन मतभेदों की वजह से अक्सर मुकदमेबाजी की स्थिति उत्पन्न हो जाती थी जिसकी वजह से सुगम कारबार नहीं हो पा रहा था और नतीजतन सब्सक्राइबर्स को होने वाले अनुभव पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ रहा था। समूची एनालॉग वेल्यू श्रृंखला में सब्सक्राइबर राजस्व प्राप्ति में पारदर्शिता बनाये रखने में कठिनाइयों की वजह से वितरण मॉडल प्रमुखतः विज्ञापन-आधारित राजस्व के पक्ष में थे। प्रसारकों का अधिक जोर इस बात को सुनिश्चित करने पर था कि विज्ञापन राजस्व अधिकतम करने के लिये उनके चैनल दर्शकों की अधिक संख्या तक पहुंच बनाये। इस दृष्टिकोण की वजह से प्रसारकों में यह उत्साह हुआ कि वे अपने चैनल बुके के रूप में एमएसओ/एलसीओ को दें। एक बुके वाले पे-चैनलों की अ-ला-कार्टे दरों की राशि की 80 से 90 प्रतिशत तक की छूट बुकों पर प्रदान की गई। कई बार ऐसे बुके बनाये जाते थे ताकि उनमें कुछेक ही प्रसिद्ध चैनल रखे जा सकें जबकि बुके में शेष चैनल सब्सक्राइबर्स के लिये वेल्यू फॉर मनी प्रदान नहीं करते थे। इन चैनलों, जोकि खासे प्रसिद्ध नहीं थे, की लागत अक्सर एमएसओ/एलसीओ द्वारा सब्सक्राइबर्स से वसूल की जाती थी। ऐसा करते समय सब्सक्राइबर की पसंद पर अत्यल्प विचार अथवा बिचकल भी विचार नहीं किया जाता था। इस मॉडल में भेदभाव तथा गैर-पारदर्शी पद्धतियां भरपूर विद्यमान थे तथा परिणामतः अधिक संख्या में विवादों से समूचे टेलीविजन प्रसारण क्षेत्र की प्रगति प्रभावित हो रही थी।
- एनालॉग वितरण प्लेटफार्मों में सीमित चैनल कैरिंग क्षमता और टेलीविजन सिग्नलों की गुणवत्ता-दोनों की तुलना में डिजिटल एड्रसेबल प्लेटफार्मों के फायदों के दृष्टिगत, भादूविप्रा ने केबल टीवी वितरण नेटवर्कों के डिजिटलीकरण की दिशा में प्रयास आरंभ किये। भादूविप्रा ने 2010 में यह सिफारिश की कि एक अनुकूल विनियामक फ्रेमवर्क बनाने हेतु डिजिटलीकरण की प्रक्रिया चार चरणों में कार्यान्वित एवं निष्पादित

की जाये। सरकार ने 25 अक्टूबर, 2011 को केबल टेलीविजन अधिनियम में संशोधन किया तथा उसके तहत बने नियमों में 28 अप्रैल, 2012 को संशोधन किया जिसके फलस्वरूप भारत में डिजिटल एड्रसेबल केबल टीवी सिस्टम का कार्यान्वयन हुआ। यह परिकल्पना की गई कि डिजिटलीकरण प्रक्रिया चार चरणों में पूरी की जायेगी। इनमें से पहले तीन चरणों को काफी हद तक पूर्ण कर लिया गया है और अंतिम चरण मार्च 2017 तक पूर्ण किया जाना है।

4. संसद में केबल टेलीविजन नेटवर्क (विनियम) संशोधन विधेयक, 2011 पर विचार करने हेतु प्रस्ताव पर चर्चा के दौरान तत्कालीन सूचना और प्रसारण मंत्री, श्रीमती अम्बिका सोनी ने अन्य बातों के साथ-साथ निम्नवत उल्लेख किया :

*‘डिजिटलीकरण से प्रत्येक हितधारक को अनेक लाभ पहुंचेंगे। सबसे महत्वपूर्ण लाभ आम आदमी को पहुंचेगा, जो कि निःसंदेह अत्यंत महत्वपूर्ण हितधारक है। डिजिटलीकरण से उपभोक्ता चैनलों के अ-ला-कार्ट चयन करने में सक्षम होंगे, उन्हें बेहतर गुणवत्ता की तस्वीर देखने को मिलेगी। वे ट्रिपल प्ले, वीडियो ऑन डिमांड आदि मूल्य वर्धित सेवाओं तक पहुंच बना सकेंगे। प्रसारण तथा केबल ऑपरेटर दोनों ही, जो कि सेवा प्रदाता हैं, उनके लिए यह प्रणाली पारदर्शिता, स्पष्टता तथा पूर्ण एड्रसेबिलिटी सुनिश्चित करेगी, जिसके परिणामस्वरूप सब्सक्रिप्शन राजस्व में वृद्धि होगी तथा टीआरपी के साथ-साथ विज्ञापन से होने वाले राजस्व पर निर्भरता कम होगी।’*

5. हालांकि डिजिटलीकरण से केबल टीवी नेटवर्कों के सिग्नल की एड्रसेबिलिटी, क्षमता एवं गुणवत्ता में सुधार हुआ है, तथापि डिजिटलीकरण के वास्तविक लाभ, जैसे कि - अ-ला-कार्ट आधार पर चैनलों के चयन का चुनाव एवं मल्टीमीडिया सेवाओं की उपलब्धता अब तक सब्सक्राइबर्स तक नहीं पहुंचे हैं। प्रसारकों द्वारा चैनलों के समूह तथा अपने चैनलों को अधिकतम संख्या में सब्सक्राइबर्स तक पहुंचाने की प्रवृत्ति मौजूदा डिजिटल एड्रसेबल परिवेश में भी जारी है क्योंकि बुकों पर बड़ी मात्रा में छूट को प्रसारकों ने जारी रखा है। प्रसारक अक्सर टेलीविजन चैनल वितरकों को अपने समस्त चैनल एक बुके विशेष में रखने हेतु प्रोत्साहन प्रदान करते हैं। ऐसी छूट का लाभ लेने की शर्तों पर सहमत न होने वाले एमएसओ को मात्र आरआईओ दर्शकों पर सिग्नल प्राप्त होते हैं, जोकि बहुत अधिक दरें हैं और परिणामतः भेदभाव एवं गैर-पारदर्शिता की स्थिति पैदा होती है। अतः अ-ला-कार्ट आधार पर चैनलों की उपलब्धता, कीमतों में पारदर्शिता, भेदभाव किये जाने एवं समान प्रतिस्पर्धात्मक माहौल से संबंधित मुद्दे एड्रसेबिलिटी के प्रारंभ के पश्चात् भी जारी रहे।
6. इसके अलावा समूची वेल्यू श्रृंखला में सब्सक्रिप्शन राजस्व की प्राप्ति में पारदर्शिता बनाये रखे जाने के बारे में भी चिंता विद्यमान है। सब्सक्राइबर्स से सब्सक्रिप्शन राजस्व का संग्रहण सब्सक्राइबर प्रबंधन प्रणाली (एसएमएस) में पारदर्शी तरीके से परिलक्षित नहीं होता, परिणामतः एलसीओ, एमएसओ एवं प्रसारकों के मध्य राजस्व के प्रवाह में पारदर्शिता नहीं होती। विभिन्न हितधारकों को भुगतान अत्यधिक मात्रा में लंबित होने के परिणामस्वरूप सिग्नलों को डिस्कनेक्ट कर दिया जाता है जिससे सब्सक्राइबर्स के अनुभव की गुणवत्ता पर असर पड़ता है और परिणामतः विभिन्न स्तर पर मुकदमोंबाजी की स्थिति उत्पन्न होती है।
7. गैर-पारदर्शी एवं भेदभावपूर्ण पद्धतियों की वजह से विभिन्न हितधारकों में बहुतायत में विवाद उत्पन्न हुए हैं और सब्सक्राइबर्स को बगैर किसी सूचना के प्लेटफार्मों से चैनलों को अक्सर ब्लॉक अथवा बंद कर दिया जाता है। इससे सब्सक्राइबर की संतुष्टि नहीं हो पाती एवं परिहार्य शिकायतें उत्पन्न होती हैं।
8. टी.वी. मनोरंजन का एक महत्वपूर्ण साधन बन गया है तथा यह समाज के भिन्न-भिन्न वर्गों तक पहुंचा है। एक ओर जहां सब्सक्राइबर्स की अपनी पसंद एवं भुगतान क्षमता के मुताबिक वहनीय अ-ला-कार्ट चैनल एवं समूह में टीवी संबंधित प्रसारण सेवाओं को चुनने की स्वतंत्रता चाहिये, वहीं दूसरी ओर प्रसारकों को सामान्यतः उच्चतर विज्ञापन राजस्व सुनिश्चित करने हेतु अधिकतम दर्शक चाहिये। इन जटिल एवं असंगत मुद्दों के समाधान के लिए, एक सक्षमकारी माहौल बनाने हेतु भाद्विप्रा द्वारा मौजूदा विनियामक ढांचे, जिसमें टैरिफ, अंतःसंयोजन एवं सेवा-गुणवत्ता भी शामिल हैं, की व्यापक समीक्षा की गई, जिससे कि इस क्षेत्र में पारदर्शिता, भेदभावरहित माहौल, सब्सक्राइबर संरक्षा और इस क्षेत्र की प्रगति सुनिश्चित हो सके। इस कार्य के एक भाग के रूप में, 29 जनवरी, 2016 को टीवी सेवाओं से संबंधित टैरिफ मुद्दे विषय पर एक परामर्श पत्र जारी किया गया। परामर्श के उद्देश्य निम्नलिखित थे:-
  - (i) थोक एवं खुदरा स्तर पर समूचे डिजिटल ब्रॉडकास्टिंग डिलीवरी प्लेटफार्म (डीटीएच/केबल टीवी/एचआईटीएस/आईपीटीवी) में “टीवी प्रसारण सेवाओं” के एड्रसेबल टीवी वितरण हेतु मौजूदा टैरिफ ढांचे की समीक्षा करना और एक व्यापक टैरिफ ढांचे का विकास करना।
  - (ii) यह सुनिश्चित करना कि टैरिफ फ्रेमवर्क सरल और तर्कसंगत हो, ताकि समूची वेल्यू श्रृंखला में पारदर्शिता एवं बराबरी सुनिश्चित की जा सके।
  - (iii) इस क्षेत्र में बेहतर प्रगति प्रोत्साहित करते हुये समूची वेल्यू श्रृंखला में हितधारकों के मध्य विवादों की संख्या में कमी लाना।
  - (iv) यह सुनिश्चित करना कि प्रसारण टीवी सेवाओं में सब्सक्राइबर्स के पास पर्याप्त पसंद उपलब्ध हो, साथ ही उन्हें अतर्कसंगत टैरिफ फ्रेमवर्क एवं मूल्यों में वृद्धि की समस्या से बचाया जाये।
  - (v) टीवी क्षेत्र में निवेश को प्रोत्साहन।
  - (vi) विभिन्न जेनरों में अच्छी गुणवत्ता वाली विषय वस्तु के उत्पादन को प्रोत्साहन।
9. उत्तर में, सब्सक्राइबर्स सहित हितधारकों से कुल 60 टिप्पणियां एवं 10 प्रति-टिप्पणियां प्राप्त हुई थीं। तदंतर दो खुली चर्चाएं (ओएचडी) हुई, जिसमें पहली चर्चा नई दिल्ली में 8 अप्रैल, 2016 तथा दूसरी रायपुर, छत्तीसगढ़ में 21 अप्रैल, 2016 को हुई थी, जिसमें इन मुद्दों पर वहां मौजूद हितधारकों के साथ व्यापक चर्चा की गई।
10. मौजूदा विनियामक ढांचे में बदलाव करते हुए पूर्ण पारदर्शिता बनाये रखने हेतु भाद्विप्रा ने मसौदा दूरसंचार (प्रसारण और केबल सेवाएं) (आठवीं) (एड्रसेबल सिस्टम्स) टैरिफ आदेश, 2016 (मसौदा टीटीओ) जारी किया। हितधारकों से कहा गया कि वे प्रस्तावित टैरिफ ढांचे पर 24 अक्टूबर,

2016 तक अपनी टिप्पणी दें। हांलाकि, हितधारकों के अनुरोध पर टिप्पणी प्राप्त करने की अंतिम तारीक को 15 नवम्बर, 2016 तक बढ़ा दिया गया। उत्तर में हितधारकों से कुल 135 टिप्पणियां प्राप्त हुईं। हितधारकों की टिप्पणियों/मतों और उनके विश्लेषण के आधार पर दूरसंचार (प्रसारण और केबल सेवाएं) (आठवां) (एड्रेसेबल सिस्टम्स) टैरिफ आदेश, 2017 (जिसे इसके पश्चात् टैरिफ आदेश की संज्ञा दी जायेगी) के विभिन्न प्रावधानों को अंतिम रूप दिया गया है।

11. प्राधिकरण ने टैरिफ ढांचे को अंतिम रूप देते समय यह नोट किया कि टीवी प्रसारण सेवा वेल्यू श्रृंखला में तीन मुख्य हितधारक हैं – प्रसारक, एलसीओ सहित टेलीविजन चैनलों के वितरक एवं सब्सक्राइबर/दर्शक। प्रसारक चैनल मुहैया कराते हैं। एलसीओ सहित टेलीविजन चैनलों के वितरक, प्रसारकों से प्राप्त टीवी सिगनलों को सब्सक्राइबरों/दर्शकों को वितरण करने हेतु अपने नेटवर्कों की स्थापना करते हैं। सब्सक्राइबर टेलीविजन चैनलों के वितरकों से प्राप्त होने वाली टीवी सेवाओं के लिये कीमत का भुगतान करते हैं। प्रसारक अपने चैनलों की लागत की वसूली करते हैं; टेलीविजन चैनलों के वितरक अपने नेटवर्कों संबंधी पूंजीगत एवं प्रचालनगत व्यय की वसूली करते हैं तथा सब्सक्राइबर एक पारदर्शी ढंग से चैनलों की अच्छी गुणवत्ता, वहनीय मूल्य व्यवस्था और पर्याप्त पसंद की तलाश करते हैं।
12. जैसा कि उपरोक्त पैरा-2 में चर्चा की गई है, मौजूदा टैरिफ मॉडल के परिणामस्वरूप प्रसारकों का राजस्व विज्ञापनों की तरफ झुका हुआ है। विज्ञापन राजस्व पर प्रसारकों की अत्यधिक निर्भरता से दर्शकों की संख्या बढ़ाने हेतु चैनलों के विकास पर प्रभाव पड़ा है। इसी वजह से कम दर्शकों वाले निश चैनलों में न्यूनतम निवेश हुआ तथा अपनी पहुंच बढ़ाने हेतु बेसिक सर्विस टीयर पैकेज में ऐसे चैनलों, जो खासे प्रसिद्ध नहीं हैं, का समूहन भी हुआ है। ऐसा करते समय सब्सक्राइबर की पसंद को काफी ज्यादा दरकिनार कर दिया गया है।
13. मौजूदा परिदृश्य में (इस टैरिफ आदेश की अधिसूचना से पहले), टेलीविजन चैनल वितरकों और प्रसारकों के मध्य भिन्न-भिन्न तरीकों से थोक में लेन-देन किया जा रहा है, जैसे कि—
  - (क) निर्धारित शुल्क (एकमुश्त) का सौदा, जिसमें या तो प्रसारक (इसकी समूह कंपनियों सहित) के समस्त/सारे टीवी चैनल अथवा कुछ चैनलों के लिये वार्षिक निर्धारित लागत ली जाती है, चाहे उन चैनलों के दर्शकों की संख्या कितनी ही हो।
  - (ख) प्रति सब्सक्राइबर लागत (सीपीएस) संबंधी सौदा, जिनमें कोई प्रसारक अपने समस्त चैनल अथवा अपने चैनलों का कोई समूह प्रति सब्सक्राइबर एक निर्धारित शुल्क पर टेलीविजन चैनलों के वितरक को देता है, चाहे सब्सक्राइबर सभी चैनलों अथवा कुछेक चैनलों को चुनता है।
  - (ग) प्रसारकों द्वारा, अधिसूचित आरआईओ के अनुसार आरआईओ सौदा। इन सौदों में, प्रसारक इसके द्वारा अधिसूचित प्रति चैनल आरआईओ कीमत की मांग करते हैं। किसी सीपीएस सौदे अथवा किसी निर्धारित शुल्क सौदे के तहत प्रदत्त कीमतों की तुलना में ये कीमतें बहुत अधिक निर्धारित की जाती हैं। परिणामतः टेलीविजन चैनलों के वितरकों पर प्रसारकों से बातचीत करने तथा/अथवा कोई सीपीएस अथवा किसी निर्धारित शुल्क सौदा करने के लिये दबाव डाला जाता है जिनका असर यह होता है कि सौदे पारदर्शी नहीं होते हैं।
14. ये समस्त सौदे सामान्यतः आपसी बातचीत के नाम पर पारदर्शी नहीं होते और भेदभावपूर्ण होते हैं, जिससे विनियामक ढांचे का उल्लंघन होता है। इसके अलावा, निर्धारित शुल्क सौदे अथवा सीपीएस सौदे के तहत भारी-भरकम छूट वाली कीमतों से यह सुनिश्चित होता है कि ग्राहकों की पसंद को ध्यान में न रखते हुये अधिकांश चैनल उन्हें देखने हेतु दिये जाते हैं। इसी वजह से एक सामान्य बुके में लगभग 200 चैनल होते हैं जबकि कोई सब्सक्राइबर 30 से 40 चैनलों से अधिक चैनलों को नहीं देखता है। यह परिदृश्य प्रसारण और केबल सेवा उद्योग को एक विनियामक, जिसके पास उन दरों को अधिसूचित करने की विशेष शक्ति है जिन पर प्रसारण सेवाएं उपलब्ध कराई जाएंगी, के नियंत्रण में रखने वाले विधान के मूल प्रयोजन और आशय को नकारता है।
15. उपरोक्त के दृष्टिगत प्राधिकरण की यह परिकल्पना है कि नये विनियामक ढांचे से निम्नलिखित अवश्य सुनिश्चित होगा –
  - (i) वेल्यू श्रृंखला में समस्त हितधारकों हेतु पारदर्शिता, भेदभाव रहित माहौल तथा समानता,
  - (ii) सब्सक्राइबरों हेतु वहनीय टीवी सेवाएं,
  - (iii) सब्सक्राइबरों/ग्राहकों हेतु पर्याप्त पसंद तथा
  - (iv) प्रसारकों एवं टेलीविजन चैनलों के वितरकों के व्यावसायिक हितों का संतुलन करना, ताकि टेलीविजन चैनलों के वितरक अपने नेटवर्क की लागत की वसूली कर पायें और प्रसारक अपने चैनलों की कीमत का मुद्रीकरण कर पायें।
16. मसौदा टीटीओ के उत्तर में विशेष प्रावधानों पर टिप्पणी के अतिरिक्त, हितधारकों ने समग्र टैरिफ ढांचे पर कुछ सामान्य टिप्पणियां दी हैं, जिन पर निम्नलिखित खंड में चर्चा की गई है:-

## II मसौदा टीटीओ के बारे में हितधारकों की सामान्य टिप्पणियां

17. मसौदा टीटीओ के उत्तर में प्रसारकों की एक एसोसिएशन सहित अधिकांश प्रसारकों ने यह उल्लेख किया कि प्रसारक कॉपीराइट अधिनियम के क्षेत्राधिकार के अंतर्गत आने वाले प्रसारण संगठनों के ही समान हैं। उन्होंने यह उल्लेख भी किया कि कॉपीराइट अधिनियम एक पूर्ण संहिता है तथा इसमें लाइसेंस व्यवस्था, कार्य, रॉयल्टी के भुगतान, कॉपीराइट सोसाइटियों द्वारा टैरिफ निर्धारण, वितरण योजनाओं एवं अन्य मान्यताओं को व्यापक रूप से सम्मिलित किया गया है। इसमें उल्लंघनों/नकल के विरुद्ध प्रवर्तन के उपबंध और लेखकों की रचनाओं के संबंध में प्रौद्योगिकीय सुरक्षा उपायों के कार्यान्वयन तथा प्रसारण संगठनों के प्रसारण पुनर्निर्माण अधिकारों (बीआरआर) के समस्त पहलुओं को भी सम्मिलित किया गया है। उनका मत है कि मसौदा टीटीओ के विभिन्न प्रावधानों और कॉपीराइट अधिनियम, 1957 के प्रावधानों के मध्य विरोधाभास है, क्योंकि उनसे विषय-वस्तु के स्वरूप, चैनलों की कीमतों, छूट व्यवस्था, कमीशन, प्रदान किये जाने की रीति, सब्सक्राइबरों (उदाहरणार्थ – व्यावसायिक प्रतिष्ठान) के वर्गीकरण के सामर्थ्य पर नियंत्रण एवं प्रतिबंध लगता है तथा वे विभेदी टैरिफ, लाइसेंस की अवधि, प्रचालन के भौगोलिक क्षेत्र

इत्यादि की मांग करते हैं। उन्होंने यह सुझाव भी दिया कि मसौदा टीटीओ का कोई प्रावधान, जो कॉपीराइट अधिनियम के तहत प्रदत्त अधिकारों से टकराव की स्थिति उत्पन्न करता है, में समन्वय स्थापित किया जाना चाहिए।

18. कुछ प्रसारकों ने यह भी तर्क दिया है कि मसौदा टीटीओ अधिनियम विधान/प्रत्यायोजित विधान की प्रकृति में है तथा इसे कानून यानी कॉपीराइट अधिनियम के अनुरूप होना चाहिए, क्योंकि ये कॉपीराइट अधिनियम का उल्लंघन कर रहे हैं।
19. उपर्युक्त आपत्तियों पर विचार किए जाने के पश्चात् ऐसा प्रतीत होता है कि ऊपर उल्लिखित आपत्तियां इस गलत अवधारणा को आश्रय देती होती हैं कि कॉपीराइट अधिनियम तथा ट्राई अधिनियम के मध्य परस्पर व्याप्तता है। कॉपीराइट अधिनियम तथा ट्राई अधिनियम, दोनों, के न्यायाधिकार क्षेत्र नीचे के पैराग्राफ में दिए कारणों के अनुसार पूरी तरह से भिन्न हैं।
20. भादूविप्रा एक सांविधिक निकाय है जिसकी स्थापना भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण अधिनियम, 1997 की धारा 3 की उपधारा (1) के अंतर्गत की गई थी तथा इसे उक्त अधिनियम के अंतर्गत विनिर्दिष्ट सांविधिक कार्यों का निर्वहन करने के लिए अधिदिए किया गया था। मूल रूप से अधिनियमित इस अधिनियम के क्षेत्राधिकार में प्रसारण सेवाएं शामिल नहीं की गई थीं। तथापि, इस उद्योग को विनियमित करने के महत्व और आवश्यकता को महसूस करते हुए संसद ने भादूविप्रा अधिनियम को संशोधित किया तथा उसमें धारा 2(1)(ट) को जोड़ा जिसने केंद्रीय सरकार को प्रसारण सेवाओं को “दूरसंचार सेवा” के रूप में अधिसूचित करने में समर्थ बनाया। वर्ष 2004 में उक्त संशोधन के अनुसरण में, केंद्रीय सरकार ने 09.01.2004 को दो अधिसूचनाएं जारी की, जिनमें अन्य बातों के साथ-साथ, “प्रसारण सेवाओं” को दूरसंचार सेवा के रूप में अधिसूचित किया गया था और अधिनियम के निबंधनों के अनुसार भादूविप्रा को उपलब्ध शक्तियों के अलावा कतिपय मामलों के संबंध में उक्त क्षेत्र को विनियमित करने के लिए भादूविप्रा के क्षेत्राधिकार की अभिपुष्टि की गई थी। इसके अलावा, दिनांक 09.01.2004 की अधिसूचना संख्या 39 के भाग के रूप में जारी का.आ. 45(अ) द्वारा भी स्पष्ट शब्दों में अंतरिम उपायों को शामिल करते हुए पे-चैनलों की दरों के संशोधन तथा उसकी आवश्यकता के लिए मानक मानदण्ड विनिर्दिष्ट करने का अतिरिक्त कार्य भादूविप्रा को सौंपा गया था।
21. भादूविप्रा अधिनियम के अंतर्गत भादूविप्रा को सौंपे गए मुख्य कार्य हैं – दूरसंचार सेवाओं के टैरिफ, अंतर संयोजन और सेवा गुणवत्ता को विनियमित करना। टैरिफ, अंतर संयोजन और सेवा गुणवत्ता को विनियमित करने के लिए विनियम और आदेश, व्यापक रूप से जन परामर्श करने के उपरान्त जारी किए जाते हैं। “प्रसारण सेवाओं” के टैरिफ, अंतर संयोजन और सेवा गुणवत्ता को विनियमित करने के संबंध में विनियम, आदेश और निदेश वर्ष 2004 से जारी किए जा रहे हैं तथा प्रसारकों द्वारा उनमें निहित उपबंधों का पालन किया जा रहा है।
22. टेलीविजन चैनलों की डाउनलोडिंग के संबंध में सूचना और प्रसारण मंत्रालय द्वारा जारी दिनांक 5 दिसम्बर, 2011 के नीतिगत दिशानिर्देशों के अनुसार, प्रसारकों को भारत में अपने चैनलों के प्रसारण से पूर्व सूचना और प्रसारण मंत्रालय (एमआईबी) से अनुमति लेनी होती है। उक्त नीतिगत दिशानिर्देशों के खंड 5.10 में स्पष्टतः यह कहा गया है कि :-

*“कंपनी/चैनल देश में प्रसारण सेवाओं के विनियम एवं उनकी निगरानी हेतु स्थापित किसी विनियामक प्राधिकरण द्वारा विनिर्धारित मानदंडों, नियमों और विनियमों का अनुपालन करेगा।”*

23. केबल टेलीविजन नेटवर्क नियमावली, 1994 के नियम 9 एवं नियम 10 में भादूविप्रा को स्पष्ट रूप से यह अधिकार दिया गया है कि वह सेवा प्रदाताओं, जिनमें प्रसारक भी शामिल हैं, हेतु टैरिफ, अंतःसंयोजन एवं सेवा-गुणवत्ता मानकों को विहित करे।
24. भादूविप्रा द्वारा किए गए विनियम उपायों की परीक्षा माननीय न्यायालयों के समक्ष बार-बार की गई है। तथापि, टैरिफों के निर्धारण और संशोधन के मामलों में भादूविप्रा के क्षेत्राधिकार को कायम रखते हुए माननीय न्यायालयों ने यह उचित समझा कि उस मामला विशेष में नए सिरे से विचार करने के लिए उसे वापस भादूविप्रा को सौंप दिया जाए। इस संबंध में, दिए गए कतिपय न्यायिक निर्णयों का उल्लेख नीचे दिया जा रहा है :

- (i) दिनांक 09.01.2004 की अधिसूचनाओं को जारी किए जाने के तत्काल पश्चात्, भादूविप्रा ने धारा 11 (2) और उक्त अधिसूचनाओं द्वारा प्रदत्त की गई शक्तियों का प्रयोग करते हुए दूरसंचार (प्रसारण और केबल) सेवाएं टैरिफ आदेश, 2004 जारी किया जिसके द्वारा टीवी चैनलों की दरों को 26.12.2003 की स्थिति के अनुसार स्थिर कर दिया। बाद में, उक्त दरों में वृद्धि की अनुमति प्रदान करते हुए आदेश जारी किए गए। धारा 2(1)(ट) के परंतुक तथा ऊपर उल्लिखित टैरिफ आदेशों को मैसर्स स्टार इंडिया प्रा. लि. द्वारा माननीय दिल्ली उच्च न्यायालय में चुनौती दी गई। 146 (2008) डीएलटी 455 के रूप में सूचित दिनांक 09.07.2007 के निर्णय द्वारा माननीय दिल्ली उच्च न्यायालय ने “प्रसारण सेवा” क्षेत्र को विनियमित करने के लिए धारा 2 (1) (ट) परंतुक कि वैधता और टीआरएएआई के क्षेत्राधिकार और प्रतिवादी टैरिफ आदेशों को कायम रखा। उक्त निर्णय को माननीय उच्चतम न्यायालय में चुनौती दी गई थी जिसने 03.01.2008 के आदेश द्वारा उस चुनौती को अस्वीकृत कर दिया।
- (ii) दिनांक 03.08.2006 की अधिसूचना द्वारा भादूविप्रा ने सीएस क्षेत्रों में प्रति सब्सक्राइबर प्रतिमाह प्रति चैनल 5 रु. की टैरिफ सीमा विनिर्दिष्ट की। इसे पुनः माननीय टीडीसैट के समक्ष चुनौती दी गई। अपील सं. 10 (सी), 2006 दिनांक 27.02.2007 में सेट डिस्कवरी प्रा. लि. बनाम भादूविप्रा एवं अन्य के रूप में दिए गए निर्णय द्वारा माननीय टीडीसैट ने टैरिफ निर्धारित करने तथा सीमा विनिर्दिष्ट करने के भादूविप्रा के क्षेत्राधिकार को बनाए रखा और साथ ही प्रसारक और डीपीओ/एलसीओ के बीच राजस्व के वितरण के लिए 45 : 55 का अनुपात भी विनिर्धारित कर दिया। इसके बाद, याचिका संख्या 2014 की 295 (सी) दिनांक 07.12.2015 में नौएडा साफ्टवेयर टेक्नालॉजी पार्क बनाम मीडिया प्रो इंटरप्राइजेज इंडिया प्रा. लि. में, माननीय टीडीसैट ने अपने उपर्युक्त निर्णय को दोहराया। नौएडा साफ्टवेयर टेक्नालॉजी पार्क बनाम मीडिया प्रो इंटरप्राइजेज इंडिया प्रा. लि. मामले में माननीय टीडीसैट के निर्णय पर सांविधिक याचिका को माननीय उच्चतम न्यायालय द्वारा 2006 की सिविल अपील संख्या 1446, में दिनांक 26.02.2016 के अपने निर्णय से खारिज कर दिया गया।

- (iii) कतिपय अन्य मामलों में, माननीय न्यायालयों ने भादूविप्रा द्वारा जारी टैरिफ आदेशों में त्रुटियां पाते हुए उन मामलों पर पुनः विचार करने के लिए उन्हें वापिस भादूविप्रा को सौंप दिया है। इस संबंध में, 2006 की अपील सं. 9 (सी) दिनांक 15.01.2009 में एमएसओ एलाइंस इंडस्ट्रियल एरिया बनाम भादूविप्रा और 2014 की अपील सं. 1 (सी) दिनांक 28.04.2015 में सेंटर फॉर ट्रांसफॉर्मिंग इंडिया बनाम भादूविप्रा में टीडीसेट के निर्णय तथा अपील सं. 829-833/2009 में भादूविप्रा बनाम सेट डिस्कवरी प्रा. लि. में माननीय उच्चतम न्यायालय का दिनांक 28.02.2014 और सिविल अपील सं. 5159-5164/2015 में इंडियन ब्रॉडकास्टिंग फेडरेशन एवं अन्य बनाम सेंटर फॉर ट्रांसफॉर्मिंग इंडिया एवं अन्य में दिनांक 04.08.2015 का निर्णय उल्लेखनीय है।
25. अतः यह स्पष्ट है कि इस संबंध में कोई संदेह नहीं है कि भादूविप्रा को “प्रसारण सेवा” क्षेत्र को विनियमित करने की अधिकारिता है; वस्तुतः स्वयं हितधारकों ने ही बार-बार माननीय न्यायालयों पर दबाव डाला है और उनसे यह निदेश देने वाले आदेश हासिल किए हैं कि भादूविप्रा मामलों पर नए सिरे पर विचार करें जिसमें पे-चैनलों के टैरिफों के नियतन के पहलू भी शामिल हों। इन परिस्थितियों में, “प्रसारण सेवाओं” क्षेत्र को विनियमित करने के लिए भादूविप्रा के क्षेत्राधिकार पर विभिन्न हितधारकों द्वारा उठाई गई आपत्तियां स्पष्टतः भ्रामक हैं। वस्तुतः इस तथ्य की पुष्टि केबल नेटवर्क (विनियमन) नियम, 1944 के नियम 9 द्वारा भी की गई है।
26. यह तर्क दिया गया है कि भादूविप्रा के उपरोक्त निर्दिष्ट प्राधिकार के बावजूद, चूंकि किए जाने के लिए प्रस्तावित विनियामक उपाय उनके अधिकारों और प्रतिलिप्याधिकार अधिनियम, 1957 के अंतर्गत पात्रकों के प्रयोग में हस्तक्षेप करेंगे, अतः ये उपाय उक्त परिमाण तक अधिनियम और भादूविप्रा की शक्तियों को अधिकारातीत कर देंगे। इस आपत्ति के दो विशिष्ट परंतु संबद्ध आयाम हैं :-
- (i) वे विनियामक उपाय जो सभी डीपीओ को एक भेदभावरहित आधार पर चैनलों के प्रावधान का अधिदेश देते हैं, अन्य के साथ-साथ, प्रतिलिप्याधिकार अधिनियम, 1957 की धारा 37 तथा संविधान के अनुच्छेद 19(1)(छ) के अंतर्गत प्रसारकों के अधिकारों के अतिक्रामी हैं। दूसरे शब्दों में, ये विनियामक उपाय धारा 37 और अनुच्छेद 19(1)(छ) के अंतर्गत यथा संरक्षित उनकी “संविदा की स्वतंत्रता” के साथ गैर-विधिपूर्वक हस्तक्षेप करते हैं।
- (ii) इस अभिकथन के साथ प्रसारकों की ओर से प्रस्तुत विवाद जुड़ा हुआ है कि टैरिफ की सीमा निर्दिष्ट करने तथा “अनिवार्यतः उपलब्ध” कराने वाले विनियामक उपाय उन्हें उनके प्रसारण की विषय-वस्तु के मुद्रीकरण से तथा प्रतिलिप्याधिकार अधिनियम, 1957 की धारा 37 के अंतर्गत उनके प्रसारण पुनरुत्पादन अधिकार का प्रयोग करने से निवारित करते हैं।
27. प्राधिकरण ने इन आपत्तियों पर विचार किया है तथा सम्यक् विचार करने के उपरांत इस निष्कर्ष पर पहुंचा है कि चूंकि प्रतिलिप्याधिकार अधिनियम, 1957 और भादूविप्रा अधिनियम दो बिल्कुल अलग क्षेत्रों में प्रचालित होते हैं, अतः किसी भी प्रकार की अतिव्याप्ति अथवा विवाद का प्रश्न ही उत्पन्न नहीं होता, जैसा कि कुछ हितधारकों द्वारा उल्लेख किया जा रहा है। जबकि प्रतिलिप्याधिकार अधिनियम, 1957 “विषय-वस्तु” और उससे उत्पन्न होने वाले और उससे सहयोजित अधिकारों का निपटान करता है, भादूविप्रा अधिनियम और उसके अधीन प्राधिकरण को प्रदत्त शक्तियां एक नितांत पृथक् क्षेत्र में प्रचालित होती हैं; और जहां तक विनियामक उपायों का संबंध है, प्राधिकरण उस रीति को विनियमित करने का प्रस्ताव करता है जिसमें इस क्षेत्र की विभिन्न संस्थाओं द्वारा सेवाएं प्रदान की जाएंगी और जो अंततः सब्सक्राइबर के लाभ तथा उद्योग के विकास के लिए होगा।
28. संभवतः प्रसारण सेवाओं के विनियमन में सबसे महत्वपूर्ण कारक टेलीविजन चैनलों की दरों की पारदर्शी घोषणा तथा वह रीति है, जिससे ऐसी सेवाएं अंत्य उपभोक्ता/दर्शक को उपलब्ध कराई जाती हैं। अतः प्रसारण सेवाओं के प्रभावी और अर्थपूर्ण विनियमन के लिए पे-चैनलों की पेशकश की रीति अत्यंत महत्वपूर्ण है। तथापि, भादूविप्रा चैनलों के मूल्यों (अ-ला-कार्ट और बुके मूल्यों) तथा अ-ला-कार्ट और बुके के रूप में प्रदान किए जा रहे पे-चैनलों के बीच सहसंबंध के संदर्भ में अपनी विनियामक शक्ति की व्याप्ति और अधिकार क्षेत्र के विषय में सतर्क है ताकि अंत्य प्रयोक्ताओं/सब्सक्राइबरों को पारदर्शी और अर्थपूर्ण विकल्प प्रदान किया जा सके और उन्हें एक थोपा गया और विकृत विकल्प न मिले। इसीलिए, भादूविप्रा ने विषय-वस्तु के वैयक्तिक अवयव के मूल्य-निर्धारण में हस्तक्षेप नहीं किया जिसमें कोई पे-चैनल निहित होता है, क्योंकि ऐसा “वैयक्तिक अवयव” विषय-वस्तु उत्पादकों (जिसमें प्रसारक भी शामिल हैं) का क्षेत्र होता है जो प्रतिलिप्याधिकार विधि के अंतर्गत अपने कार्यों का लाभ उठा सकते हैं, चाहे वे प्रसारण पुनरुत्पादन अधिकारों के रूप में हो अथवा किसी अन्य अधिकार के।
29. “अनिवार्यतः प्रदान करना” से संबंधित आपत्ति के संबंध में, यह उल्लेख करना प्रासंगिक है कि ये प्रावधान वर्ष 2004 से ही विद्यमान हैं और वस्तुतः इनकी परीक्षा नोएडा साफ्टवेयर टेक्नालॉजी पार्क बनाम मीडिया प्रो इंटरप्राइजेज इंडिया प्रा.लि. मामले में प्रतिलिप्याधिकार अधिनियम, 1957 के विभिन्न तर्कों के संदर्भ में माननीय टीडीसेट के समक्ष हुई है। माननीय टीडीसेट ने उक्त संदर्भित आपत्तियों को खारिज कर दिया तथा यह निर्णय दिया कि इन “अनिवार्यतः प्रदान करने” प्रावधानों ने प्रतिलिप्याधिकार अधिनियम, 1957 के अंतर्गत प्रसारकों के अधिकारों और पात्रताओं, जिसमें अधिनियम की धारा 37 के अंतर्गत प्रसारण पुनरुत्पादन अधिकार भी शामिल हैं, का किसी भी प्रकार से उल्लंघन नहीं किया है तथा जैसा कि ऊपर उल्लेख किया गया है, एनएसटीपीएल में माननीय टीडीसेट के निर्णय के विरुद्ध दायर की गई उक्त सांविधिक अपील को माननीय उच्चतम न्यायालय द्वारा 2016 की सिविल अपील सं. 1466 में अपने आदेश दिनांक 26.02.2016 द्वारा खारिज कर दिया गया था।
30. यह भी अभिकथित किया गया है कि उपर्युक्त सभी तथ्यों के होते हुए भी, प्रतिलिप्याधिकार अधिनियम, 1957 में 2012 में किए गए संशोधन के साथ भादूविप्रा का क्षेत्राधिकार समाप्त कर दिया गया है तथा जहां तक प्रतिलिप्याधिकार अधिनियम, 1957 का संबंध है, अब उसमें स्पष्टतः वे क्षेत्र शामिल किए गए हैं जो पूर्व में भादूविप्रा के विनियामक उपायों द्वारा कवर होते थे अर्थात् धारा 33 क और प्रतिलिप्याधिकार नियम, 2013 के नियम 56 के शामिल किए जाने से अब “टैरिफ स्कीम” के लिए एक उपबंध जुड़ गया है। यह स्थिति विशिष्ट विषय-वस्तु तथा भादूविप्रा अधिनियम और प्रतिलिप्याधिकार अधिनियम के प्रचालन के क्षेत्रों की त्रुटिपूर्ण समझ के कारण उत्पन्न हुई है। प्रतिलिप्याधिकार अधिनियम की धारा 33 क और नियम 56 स्पष्टतः स्थापित करता है कि यह “टैरिफ स्कीम” किसी कॉपीराइट के वास्तविक स्वामियों को संदेय “रॉयल्टी” से संबंधित है। इसका टीवी चैनलों के लिए टैरिफ विनिर्दिष्ट किए जाने से कोई लेना-देना नहीं है। स्पष्ट तौर पर, यह केवल मुद्रीकरण का एक

अन्य तर्क है जो, जैसा कि ऊपर उल्लेख किया गया है, कुल मिलाकर एक विभिन्न परिक्षेत्र में प्रचालन करता है तथा वस्तुतः वर्तमान में प्रारंभ की गई विनियामक प्रणाली में इसका कोई स्थान नहीं है।

31. अतः प्रसारण और केबल सेवा प्रदाताओं को विनियमित करने के लिए भादूविप्रा अधिनियम के अंतर्गत प्राधिकरण को सौंपी गई शक्तियों के संबंध में कोई अस्पष्टता नहीं है ताकि उसके विनिर्दिष्ट अधिदेश को क्रियान्वित किया जा सके जिसमें क्षेत्र के दर्शकों के हितों का संरक्षण करना भी शामिल है। प्रसारकों पर भादूविप्रा के अधिकार क्षेत्र के मुद्दे का निपटान समय-समय पर माननीय न्यायालयों के निर्णयों द्वारा बखूबी किया गया है। प्रसारकों के संबंध में भी टैरिफ निर्धारित करने की शक्ति प्राधिकरण की सक्षमता के भीतर है।
32. कुछ हितधारकों का मत है कि मसौदा टीटीओ भादूविप्रा अधिनियम, 1997 की धारा 11(4) द्वारा अधिदेशित पारदर्शिता के अनुरूप नहीं है क्योंकि विगत में भादूविप्रा ने अपने विभिन्न पूर्व-पत्रों और परामर्शों में दृढ़ता से यह निष्कर्ष निकाला था कि टीवी चैनल सब्सक्राइबर्स की "सम्मनित" जरूरतें हैं। उनके अनुसार, मौजूदा मसौदा टीटीओ इस गलत सिद्धांत पर चलता है कि ये टीवी चैनल आवश्यक सेवाएं हैं और बाजार असफल होने का कोई साक्ष्य नहीं है।
33. हितधारकों का अभिकथन उचित नहीं है तथा उसका कोई आधार नहीं है क्योंकि दिनांक 29 जनवरी 2016 के परामर्श-पत्र में अथवा मसौदा टीटीओ में ऐसी कोई धारणा नहीं है कि पे-टीवी चैनल अनिवार्य सेवाएं हैं। इसके अलावा, यह आवश्यक नहीं है कि कोई विनियामक केवल अनिवार्य सेवाओं को ही विनियमित कर सकता है। ऐसी कोई विधिक अथवा संवैधानिक रोक अथवा सीमा नहीं है कि केवल अनिवार्य सेवाएं ही विनियमित की जा सकती हैं। भारतीय संसद ने अपने विवेक से दूरसंचार सेवाओं जिनमें प्रसारण और केबल सेवाएं भी शामिल हैं, को विनियमित करने के लिए भादूविप्रा अधिनियम के अंतर्गत भादूविप्रा की स्थापना की है। वस्तुतः भादूविप्रा अधिनियम की धारा 11 (1) को मोटे तौर पर पढ़ने से ही यह स्थिति स्पष्ट हो जाती है कि भादूविप्रा को केवल अनिवार्य सेवाओं के विनियमन के संबंध में कोई सीमा अधिरोपित किए बगैर प्रसारण उद्योग को विनियमित करने की शक्तियां प्रदान की गई हैं। इसके अलावा, माननीय टीडीसेट ने सेट डिस्कवरी बनाम भादूविप्रा एवं अन्य के मामले में 27 फरवरी 2007 के अपने निर्णय में टिप्पणी की कि :-

*"केवल प्रसारण इस लिहाज से एक अनिवार्य वस्तु नहीं हो सकती कि यह कोई खाद्य सामग्री नहीं है जिसके बगैर कोई जीवित ही नहीं रह सकता, फिर भी देश में टीवी दर्शकों की संख्या के दृष्टिगत इसकी महत्ता को कम नहीं आंका जा सकता। उपलब्ध आंकड़ों से पता चलता है कि समूचे देश में टीवी दर्शकों की संख्या 68 मिलियन है। इससे स्पष्ट है कि टेलीविजन देखने को इस देश में लगभग एक आवश्यक सेवा का दर्जा प्राप्त हो गया है।"* (बल दिया गया)

34. जहां तक बाजार की असफलता की बात है, यह सुस्थापित तथ्य है कि जिस मुख्य प्रयोजन हेतु एड्रसेबिलिटी आरंभ हुई, वह समूची वेल्यू श्रृंखला में पारदर्शिता सुनिश्चित करना तथा सब्सक्राइबर्स के लिये वहनीय दरों पर पर्याप्त पसंद एवं बेहतर सेवा-गुणवत्ता सुनिश्चित करना है। एक ओर जहां चैनलों की संख्या में वृद्धि, टेलीविजन चैनल प्रसारकों एवं वितरकों के राजस्व के संदर्भ में विगत दशक में प्रसारण उद्योग में अत्यधिक प्रगति हुई है, वहीं आज भी सब्सक्राइबर्स के लिये प्रभावी पसंद उपलब्ध नहीं है। हितधारकों के मध्य विवादों की संख्या में भी इजाफा हुआ है। इससे स्पष्ट है कि उद्योग में सब कुछ ठीक नहीं है। आज भी सब्सक्राइबर हेतु टीवी चैनलों की अ-ला-कार्ट पसंद भ्रामक है, क्योंकि या तो बुकों की तुलना में, टीवी चैनलों की अ-ला-कार्ट दरें असामान्य रूप से अधिक हैं जिससे सब्सक्राइबर बुकों का चुनाव करने पर मजबूर होते हैं या टेलीविजन चैनलों के वितरकों द्वारा उन्हें अ-ला-कार्ट पसंद प्रदान नहीं की जाती है। टेलीविजन चैनल वितरकों ने इसकी मुख्य वजह आर्थिक अव्यवहार्यता बताई है क्योंकि उन्हें प्रसारकों से अक्सर अ-ला-कार्ट चैनल नहीं मिल पाते जिसकी वजह सिर्फ यह है कि अ-ला-कार्ट चैनलों की थोक दरें बहुत अधिक हैं तथा बुकों पर अत्यधिक छूट है जोकि चैनलों की अ-ला-कार्ट दरों के योग की राशि के 90 प्रतिशत तक होती है। रजिस्टर ऑफ अंतःसंयोजन एग्रीमेंट रेग्यूलेशंस एवं आरआईओ के तहत भादूविप्रा को प्रसारकों द्वारा प्रस्तुत आंकड़ों की ओर दृष्टि डालने से यह स्पष्ट होता है कि आरआईओ में घोषित दरें तथा उन दरें, जिन पर बाजार में वास्तव में सौदे हो रहे हैं, में अत्यधिक अंतर है। इस बात को एनएसटीपीएल निर्णय में टीडीसेट द्वारा भी स्वीकार किया गया है कि वास्तविक सौदे आरआईओ कीमतों से काफी कम कीमतों पर हो रहे हैं, जिससे आरआईओ एक अर्थहीन कार्य हो गया है। एनएसटीपीएल निर्णय के पश्चात् भी प्रसारकों द्वारा प्रस्तुत आरआईओ में अवास्तविक रूप से अधिक अ-ला-कार्ट दरें और अत्यधिक सस्ती दरें पर बुकों मौजूद हैं। इससे टेलीविजन चैनल के वितरक अपने आर्थिक अस्तित्व के लिये बुकों का विकल्प चुनने को मजबूर हो रहे हैं और इस तरह वे सब्सक्राइबर्स को चैनलों की अ-ला-कार्ट पसंद प्रदान करने में असमर्थ हैं। अतः यह स्पष्ट है कि एड्रसेबिलिटी के फायदे सब्सक्राइबर्स तक नहीं पहुंच पाये हैं और सब्सक्राइबर अ-ला-कार्ट आधार पर अपनी पसंद के चैनल सब्सक्राइब करने में असमर्थ हैं। इससे बाजार की असफलता का स्पष्ट संकेत मिलता है। अतः यह भादूविप्रा के लिये आवश्यक है कि वह एक टैरिफ आदेश जारी करे जो सब्सक्राइबर्स एवं सेवा प्रदाताओं के हितों की एक साथ रक्षा करे और क्षेत्र की सुव्यवस्थित प्रगति सुनिश्चित करे। इस बात की ओर ध्यान दिया जाना चाहिए कि ऐसी कोई कानूनी बाध्यता नहीं है कि भादूविप्रा बाजार असफलता के साक्ष्य के बगैर कोई विनियम नहीं बना सकता अथवा टैरिफ आदेश जारी नहीं कर सकता। बाजार असफलता की स्थिति न होने पर भी इस क्षेत्र के सुव्यवस्थित विकास और सब्सक्राइबर संरक्षण को सुनिश्चित करने हेतु भादूविप्रा टैरिफ आदेश एवं विनियम जारी कर सकता है।
35. कुछ प्रसारकों ने यह बताया है कि मसौदा टीटीओ के प्रावधानों से उनके विज्ञापन संबंधी राजस्व पर नकारात्मक प्रभाव पड़ेगा। टिप्पणियों में ऐसे कोई विशिष्ट कारण नहीं बताये गये हैं कि इससे विज्ञापन राजस्व पर प्रतिकूल प्रभाव कैसे पड़ेगा। अतः वे चाहते थे कि उनके हितों की रक्षा हेतु टीटीओ में संशोधन किया जाये।
36. प्रसारकों की चिंताओं को समझने के लिये यह समझना महत्वपूर्ण है कि मौजूदा व्यवसायिक मॉडल क्या है। प्रसारक दो माध्यमों अर्थात् विज्ञापनों एवं सब्सक्राइबर्स से सब्सक्रिप्शन के जरिये अपने राजस्व की प्राप्ति करते हैं। विज्ञापन राजस्व, प्रत्यक्षतः किसी दिए कार्यक्रम से संबद्ध दर्शकों की संख्या पर निर्भर करता है। टैरिफ मुद्दे पर चर्चा के दौरान प्रसारकों ने इस बात की ओर ध्यान दिलाया कि सब्सक्राइबर्स के लिये चैनलों के मूल्य निर्धारण पर उनका नियंत्रण नहीं है। उन्होंने तर्क दिया कि चूंकि खुदरा स्तरीय मूल्य निर्धारण टेलीविजन चैनलों के वितरकों के पास रहता है और वे अपने चैनलों को थोक स्तर पर टेलीविजन चैनलों के वितरकों को देते हैं, अतः थोक स्तर पर किसी प्रकार का बदलाव सब्सक्राइबर तक नहीं पहुंचता, जिससे विज्ञापन राजस्व को अधिकतम करने की उनकी क्षमता पर प्रभाव पड़ता है। उन्होंने प्राधिकरण से अनुरोध किया कि उन्हें स्वतंत्रता दी जाये ताकि प्रसारक अपने विज्ञापन राजस्व और सब्सक्रिप्शन राजस्व को ईष्टतम स्तर पर लाकर अपने राजस्व को अधिकतम कर

सकें। तदनुसार प्राधिकरण ने टैरिफ आदेश में प्रसारकों को यह सुविधा प्रदान की है कि वे अपने चैनलों की अधिकतम खुदरा कीमत प्रत्यक्षतः सब्सक्राइबर्स के लिये निर्धारित कर सकें, जिसके बारे में निर्णय वर्तमान में टेलीविजन चैनलों के वितरकों द्वारा किया जाता है। इससे प्रसारकों को यह सुविधा मिलेगी कि वे अपने पे-चैनलों की खुदरा कीमतों को इस प्रकार से ईष्टतम स्थिति में ले जायें कि वे सब्सक्रिप्शन एवं विज्ञापनों से अपने राजस्व की राशि को अधिकतम कर सकें। इससे प्रसारकों को यह क्षमता भी मिलेगी कि यदि वे अपने दर्शकों की संख्या बढ़ाना चाहते हैं और बेहतर विज्ञापन राजस्व प्राप्त करना चाहते हैं तो वे अच्छी गुणवत्ता वाले चैनल प्रदान करें अथवा चैनल का मूल्य कम करें।

37. अधिकांश प्रसारकों और उनके एसोसिएशनों ने यह उल्लेख किया है कि मसौदा टीटीओ में उल्लिखित सब्सक्राइबर की परिभाषा में, सामान्य और व्यावसायिक सब्सक्राइबर के मध्य अंतर को समाप्त कर दिया गया है। उन्होंने यह भी उल्लेख किया है कि भादूविप्रा ने इस बाबत कोई परामर्श नहीं किया है कि क्या इस अंतर को पूर्णतः समाप्त करने की कोई आवश्यकता है जो कि किसी 'व्यावसायिक सब्सक्राइबर' और किसी 'सामान्य सब्सक्राइबर' के मध्य कानूनन विद्यमान है। प्रसारकों ने यह बताया है कि व्यावसायिक प्रतिष्ठानों का मुद्दा प्रतिलिप्यधिकार कानूनों के विपरीत है, जबकि प्रतिलिप्यधिकार अधिनियम में प्रसारण संगठनों को स्पष्टतः यह अधिकार प्रदान किया गया है कि वे घरेलू/निवासी सब्सक्राइबरों की तुलना में व्यावसायिक प्रतिष्ठानों संबंधी रॉयल्टी एवं लाइसेंस शुल्क की विभेदी दरों की वसूली कर सकते हैं।
38. व्यावसायिक सब्सक्राइबरों से जुड़े प्रावधान दूरसंचार (प्रसारण और केबल) सेवाएं (चौथा) (एड्रसेबल सिस्टम्स) टैरिफ आदेश, 2010 में विनिर्धारित हैं। तथापि, व्यावसायिक सब्सक्राइबरों पर लागू प्रावधानों को कुछ प्रसारकों ने टीडीसीट में चुनौती दी थी। याचिकायें माननीय टीडीसीट के समक्ष लंबित हैं। तदनुसार प्राधिकरण ने दूरसंचार (प्रसारण और केबल) सेवाएं (चौथा) (एड्रसेबल सिस्टम्स) टैरिफ आदेश, 2010 में विहित व्यावसायिक सब्सक्राइबरों पर लागू प्रावधानों को जारी रखने का निर्णय लिया है। मौजूदा टीटीओ व्यावसायिक सब्सक्राइबर से संबंधित नहीं है।
39. कुछ हितधारकों का मत है कि वितरण प्लेटफार्म की परिभाषा में ओटीटी तथा दूरदर्शन सम्मिलित होने चाहिये। उन्होंने यह सुझाव भी दिया कि 'वितरण प्लेटफार्म प्रचालक' की परिभाषा में ओटीटी प्रचालक, दूरदर्शन अथवा सब्सक्राइबरों को विषय-वस्तु वितरित करने वाला कोई भी प्लेटफार्म शामिल होना चाहिए।
40. इस संबंध में यह टैरिफ आदेश केवल उन वितरण प्लेटफार्मों और वितरण प्लेटफार्म प्रचालकों पर ही लागू है जिनके लिये सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय द्वारा कोई अनुमति अथवा लाइसेंस प्रदान किया जाता है। क्योंकि ओटीटी प्रचालक और दूरदर्शन, सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय द्वारा प्रदत्त किसी अनुमति अथवा लाइसेंस में शामिल नहीं है, अतः प्राधिकरण हितधारकों के इन सुझावों से सहमत नहीं है, कि वे मौजूदा ढांचे में शामिल नहीं हैं।

### III. मुद्दों का विश्लेषण

#### A. टैरिफ मॉडल

41. परामर्श पत्र के अध्याय-4 में डिजिटल एड्रसेबल टीवी प्रसारण क्षेत्र के मौजूदा व्यवसायिक मॉडल की समग्र पुनः जांच हेतु संभावित टैरिफ मॉडल को तीन श्रेणियों में व्यापक रूप से वर्गीकृत किया गया था जैसे कि थोक स्तर पर मॉडल, खुदरा स्तर पर मॉडल, और समेकित मॉडल। सुझाये गये इन मॉडलों के बारे में हितधारकों की टिप्पणियां मांगी गईं।

#### थोक स्तर पर मॉडल

42. थोक स्तरीय मॉडल में, टीवी चैनलों के सिगनल, प्रसारकों द्वारा टेलीविजन चैनलों के वितरकों को दिये जाते हैं। टेलीविजन चैनलों के वितरक एफटीए चैनलों को निःशुल्क प्राप्त करते हैं। टेलीविजन चैनलों के वितरकों को पे-चैनल प्रसारकों द्वारा घोषित थोक मूल्यों पर मुहैया कराये जाते हैं।
43. थोक स्तरीय टैरिफ हेतु विभिन्न मॉडल परामर्श पत्र में सुझाये गये थे। अधिकांश प्रसारक थोक स्तर पर टैरिफ मॉडल के लिए अपनी पहली पसंद के रूप में फोरबीयरेन्स के पक्षधर थे। कुछ प्रसारक विनियमित आरआईओ मॉडल अथवा विनियमित और लचीले आरआईओ मॉडल के संगम के पक्षधर थे। अधिकांश बड़े टेलीविजन चैनलों के वितरक 'समेकित वितरण मॉडल' के पक्षधर थे। उन्होंने यह भी बताया कि समूहन अथवा पैकेजिंग का विकल्प प्रसारकों के पास नहीं होना चाहिए तथा गैर-भेदभावपूर्ण आधार पर प्रसारकों द्वारा प्रदान की जा सकने वाली अधिकतम छूट भी भादूविप्रा द्वारा परिभाषित की जानी चाहिये। अधिकांश अन्य टेलीविजन चैनलों के वितरक 'विनियमित आरआईओ मॉडल' के पक्षधर थे, जबकि कुछेक डीटीएच प्रचालक थोक स्तर पर 'लागत-आधारित मॉडल' के पक्षधर थे।

#### खुदरा स्तर पर मॉडल

44. खुदरा स्तर पर टीवी चैनलों का सब्सक्राइबरों को वितरण टेलीविजन चैनलों के वितरकों द्वारा या तो सीधे तौर पर या एलसीओ के माध्यम से किया जाता है। टेलीविजन चैनलों के वितरक विभिन्न प्रसारकों से टीवी चैनलों को एकत्र करते हैं और उन्हें अ-ला-कार्ट और बुके आधार पर सब्सक्राइबर को देते हैं। वर्तमान में एफटीए और पे-चैनल, दोनों, के लिए एड्रसेबल प्रणाली के तहत खुदरा टैरिफ फोरबीयरेन्स में है अर्थात् टेलीविजन चैनलों के वितरक बाजार की स्थिति के अनुसार इनके मूल्य निर्धारित करने के लिए स्वतंत्र हैं।
45. परामर्श-पत्र में कई प्रकार के मॉडल्स का खुदरा स्तर पर टैरिफ के लिए सुझाव दिया गया था। अधिकांश प्रसारक खुदरा स्तर पर मूल्य फोरबीयरेन्स को जारी रखने के पक्ष में थे। एक प्रसारक ने विशिष्ट अ-ला-कार्ट मॉडल का सुझाव दिया था। अधिकांश वितरक खुदरा स्तर पर मूल्य फोरबीयरेन्स के पक्ष में थे। कुछ टेलीविजन चैनल के वितरकों ने समेकित वितरण मॉडल तथा अ-ला-कार्ट मॉडल का सुझाव दिया था। केबल ऑपरेटरों के एक संघ ने विभिन्न स्लैब प्रदत्त पे टीवी चैनलों के साथ विशिष्ट अ-ला-कार्ट मॉडल का सुझाव दिया था तथा फ्री-टु-एयर चैनलों को रु 1/- पर नियत करने का सुझाव भी दिया था। सब्सक्राइबर संगठनों, अलग-अलग व्यक्तियों और संघों ने टैरिफ मॉडल पर मिश्रित प्रतिक्रिया दी थी तथा मूल्य फोरबीयरेन्स या अ-ला-कार्ट मॉडल या एमआरपी आधारित मॉडल का सुझाव दिया था।

## समेकित मॉडल

46. समेकित मॉडल में पृथक थोक या खुदरा स्तर टैरिफ नहीं है। प्रसारक सब्सक्राइबर्स के लिए अपने पे-चैनलों और बुके का मूल्य सीधे तौर पर घोषित करते हैं।
47. अधिकांश प्रसारक समेकित वितरण मॉडल के पक्ष में नहीं थे। अधिकांश एमएसओ व कुछ डीटीएच प्रचालक समेकित वितरण मॉडल के पक्ष में थे। उनका कहना था कि प्रसारकों द्वारा अपने सभी पे-चैनलों को अलकाट आधार पर उपलब्ध कराना चाहिए साथ ही ग्राहकों/सब्सक्राइबर्स के लिए सीधे तौर पर प्रत्येक चैनल के लिए दर निर्धारित होनी चाहिए। उनकी यह भी इच्छा थी कि एफटीए चैनलों को टेलीविजन चैनलों के वितरणों द्वारा एक बंडल में रखा जाना चाहिए और इस प्रकार सब्सक्राइबर को बंडल रूप में उपलब्ध कराया जाना चाहिए। इसके अतिरिक्त चैनलों के बंडल बनाने या पैकेज करने का विकल्प टेलीविजन चैनलों के वितरणों के पास होना चाहिए, न कि प्रसारकों के पास। प्रसारकों द्वारा निर्धारित की गई अ-ला-कार्ट दरें भादूविप्रा द्वारा निर्धारित जेनरे कैप के अनुरूप होनी चाहिए।

## पेशकश देने के तरीके : एक्सक्लूसिव पे एण्ड एफटीए बुके

48. परामर्श पत्र में हितधारकों से कहा गया कि वे सुझाव दें कि क्या एफटीए और पे-चैनलों के बुके को पृथक करने से सब्सक्राइबर्स के लिए चैनलों के चयन में अधिक लचीलापन उपलब्ध होगा और यह सब्सक्राइबर के लिए अधिक हितैषी होगा।
49. प्रतिक्रिया में अधिकांश प्रसारकों ने यह सुझाव दिया था कि चैनलों को पैकेज करने का विकल्प टेलीविजन चैनलों के वितरणों के पास होना चाहिए और एफटीए चैनलों और पे-चैनलों के लिए पृथक रूप से बुके नहीं होने चाहिए। उन्होंने बताया है कि पृथक बुके होने से उतने ही चैनलों के लिए सब्सक्राइबर्स को अधिक भुगतान करना पड़ेगा। अधिकांश टेलीविजन चैनलों के वितरण और केबल प्रचालकों के संघ, सब्सक्राइबर्स को व्यापक पसंद का विकल्प देने के लिए, पे-चैनलों और एफटीए चैनलों के लिए पृथक बुके के पक्ष में थे। टेलीविजन चैनलों के कुछ वितरण तथा एक व्यक्ति का यह मानना था कि यह निर्णय टेलीविजन चैनलों के वितरणों पर छोड़ दिया जाना चाहिए।
50. हितधारकों से परामर्श पत्र पर प्राप्त प्रतिक्रियाओं की व्यापक जांच करने के लिए उपरांत, प्राधिकरण ने मसौदा टीटीओ के माध्यम से टैरिफ फ्रेमवर्क प्रस्तावित किया था। ऐसा करते समय, प्राधिकरण ने सेक्टर के सभी हितधारकों से परामर्श पत्र पर प्राप्त लिखित प्रतिक्रियाओं और खुला मंच चर्चा के दौरान व्यक्त चिंताओं पर विचार किया। इसके साथ ही वर्तमान टैरिफ फ्रेमवर्क की कमियों की भी समीक्षा की गई। तदनुसार, मसौदा टीटीओ में यह प्रस्ताव किया गया कि प्रसारक, अपने अ-ला-कार्ट पे-चैनलों के लिए सब्सक्राइबर्स के लिए अधिकतम खुदरा मूल्य (एमआरपी)(कर छोड़कर) घोषित करेंगे। प्रसारक, अपने पे-चैनलों के बुके की पेशकश भी कर सकता है तथा सब्सक्राइबर्स हेतु बुके के लिए अधिकतम खुदरा मूल्य (एमआरपी)(कर छोड़कर) घोषित करेंगे। तथापि, इस प्रकार के पे-चैनलों के बुके का अधिकतम खुदरा मूल्य (एमआरपी), बुके के भाग बनने वाले अ-ला-कार्ट पे-चैनलों के अधिकतम खुदरा मूल्य के कुल योग के 85 प्रतिशत से कम नहीं होगा। आगे, यह भी प्रस्ताव किया गया कि 100 एसडी चैनलों की नेटवर्क क्षमता प्राप्त करने के लिए, टेलीविजन चैनलों के वितरणों द्वारा सब्सक्राइबर्स से मासिक किराये के रूप में अधिकतम 130/- रुपए (कर छोड़कर) प्राप्ति किया जाएगा। वितरणों को विभिन्न प्रसारकों के अ-ला-कार्ट पे-चैनलों को शामिल करते हुए अपना बुके तैयार करने की अनुमति होगी। यह भी प्रस्ताव किया गया कि 100 एसडी चैनल के अंदर, भारत सरकार द्वारा सब्सक्राइबर्स को अनिवार्य रूप से प्रदान किए जाने वाले चैनलों के अतिरिक्त, सब्सक्राइबर कोई भी फ्री-टु-एयर चैनल, पे-चैनल, प्रीमियम चैनल या प्रसारकों द्वारा पेशकश किए जाने वाले बुके या टेलीविजन चैनलों के वितरणों द्वारा पेशकश किए जाने वाले बुके का चयन कर सकता है।
51. कुछ हितधारकों ने उल्लेख किया कि कुछ अन्य देशों में विनियामक बाजार में सक्रिय प्रतिस्पर्धा सुनिश्चित करने के लिए मूल्यों के विनियमन में उदार दृष्टिकोण अपनाते हैं तथा थोक दरों, पैकेजिंग विकल्प जैसे निर्णयों को बाजार में विद्यमान संस्थाओं पर छोड़ देते हैं। उन्होंने यह भी सुझाव दिया कि थोक स्तर के टैरिफ पर फोरबीयरेन्स की अनुमति दी जानी चाहिए क्योंकि पे-टीवी उद्योग के सभी स्तरों पर पर्याप्त प्रतिस्पर्धा विद्यमान है तथा प्रसारकों को बाजार की गतिशीलता के अनुसार उनके चैनलों का मूल्य निर्धारित करने की अनुमति दी जानी चाहिए। कुछ हितधारकों ने सुझाव दिया कि यदि फोरबीयरेन्स की पेशकश की जाती है, तो चैनलों की दरें बाजार और प्रतिस्पर्धा चालित हो जाएंगी तथा वास्तविक मांग और आपूर्ति मूल्य-निर्धारण को नियंत्रित करेगी जिसमें फलस्वरूप नए-नए प्रस्तावों के साथ दरों में प्रभावी रूप से कटौती होगी।
52. प्राधिकरण ने इस संबंध में हितधारकों के दृष्टिकोणों पर विचार किया है तथा उसका यह मत है कि प्रसारकों को उनके चैनलों का मुद्रीकरण करने के लिए पूर्ण स्वतंत्रता और व्यापारिक लचीलापन प्रदान किया जाना चाहिए। तदनुसार, प्राधिकरण ने निर्णय किया है कि वह पे-चैनलों के एमआरपी पर विषय-वार सीमा निर्दिष्ट नहीं करेगा। तथापि, प्राधिकरण को आशा है कि प्रसारक पूर्ण पारदर्शिता, भेदभावरहित व्यवहार तथा अपने चैनलों का मूल्य-निर्धारण करते समय सब्सक्राइबर्स के हित का संरक्षण सुनिश्चित करेंगे। यह आशा की जाती है कि प्रसारक अपने चैनलों का मूल्य-निर्धारण यथोचित रूप से करेंगे तथा डिजिटलीकरण और एड्रेसेबिलिटी के कारण अर्जित उच्च राजस्व के लाभों की हिस्सेदारी सब्सक्राइबर्स के साथ भी करेंगे।
53. कुछ हितधारकों का सुझाव था कि भादूविप्रा द्वारा लागत के आधार चैनलों के मूल्य निर्धारित किया जाना चाहिए।
54. इस संबंध में यह समझना महत्वपूर्ण है कि सामान्यतः एक चैनल में कई कार्यक्रम होते हैं। कलाकारों, सेट-अप लागत, पटकथा, कॉपी राइट्स तथा अन्य विविधकारकों के आधार पर विभिन्न कार्यक्रमों के उत्पादन लागत में बहुत अंतर होता है। किसी एक चैनल के विभिन्न कार्यक्रमों में भी अक्सर बदलाव होता रहता है जो उनके टेलीविजन रेटिंग पॉइंट्स (टीआरपी), विज्ञापन संभावना और अन्य आधारभूत रिपोर्टों पर आधारित होता है। इसलिए किसी चैनल के उत्पादन लागत को निर्धारित करना सदैव ही एक अति कठिन कार्य होता है, कदाचित्त लगभग असंभव होता है। तथापि, मूल्य का इस प्रकार निर्धारण गतिशील स्वरूप का होगा और चैनल में कार्यक्रम में बदलाव के साथ बदल सकता है। टेलीविजन चैनलों पर कार्यक्रमों में बहुत परिवर्तन होता है और इस प्रकार किसी टीवी चैनल के मूल्य कॉस्ट प्लस आधार पर तय करना अव्यावहारिक होता है।
55. प्रसारकों ने यह भी इंगित किया है कि कई बार किसी चैनल का मूल्य निर्धारण टेलीविजन चैनलों के वितरणों द्वारा विभिन्न वितरण प्लेटफार्मों पर अलग-अलग तरह से किया गया है। यह आरोप लगाया गया है कि टेलीविजन चैनलों के वितरणों को किसी चैनल के खुदरा स्तर पर मूल्य निर्धारण की छूट है और वे कृत्रिम मूल्य बाधा पैदा कर किसी चैनल के सब्सक्रिप्शन की संभावना को प्रभावित कर सकते हैं, जबकि प्रसारकों के पास इस प्रकार का नियंत्रण नहीं है।

56. दूसरी तरफ टेलीविजन चैनलों के वितरकों का विचार है कि कई चैनलों का मूल्य प्रसारकों द्वारा काफी अधिक तय किया जाता है, जिनकी अमुक मूल्य पर सब्सक्राइबर्स के बीच कोई मांग नहीं होती है। तथापि, प्रसारक अपने प्रभुत्व या मुख्य चैनल की शक्ति का उपयोग ऐसे चैनलों को सब्सक्राइबर्स द्वारा ऐसे चैनलों के लिए बिना अपने विकल्प को अपनाए उन पर जबरन थोपने के लिए करते हैं।
57. यह पाया गया है कि प्रसारकों को राजस्व की प्राप्ति दो पृथक माध्यमों सब्सक्रिप्शन और विज्ञापन से होती है। प्रसारक सामान्यतः अपने चैनलों के बड़ी संख्या में दर्शक बनाने के लिए बड़े पैमाने पर देखे जाने वाले लोकप्रिय चैनल उपलब्ध कराते हैं, जिससे विज्ञापनों से ज्यादा राजस्व की प्राप्ति हो सके। कई मुद्दों पर विचार करने के बाद प्राधिकरण का मानना है कि सब्सक्राइबर्स को उचित मूल्य पर चैनल के चयन करने की छूट होनी चाहिए। यद्यपि किसी चैनल के वास्तविक लागत को तय करना कठिन कार्य है, तथापि, किसी सब्सक्राइबर द्वारा किसी चैनल के कथित मूल्य को ही वास्तविक मूल्य माना जा सकता है।
58. यहां यह उल्लेख करना अप्रासंगिक नहीं होगा कि केबल टेलीविजन नेटवर्क (विनियमन) संशोधन विधेयक, 2011 के प्रस्ताव पर संसद में चर्चा के दौरान, तत्कालीन सूचना और प्रसारण मंत्री ने कहा था कि **भादूविप्रा एक ऐसी प्रणाली स्थापित करेगा जिसमें उपभोक्ता अपनी पसंद के अ-ला-कार्ट चैनल चुनने के लिए स्वतंत्र होंगे तथा उन्हें बुके सब्सक्राइब करना आवश्यक नहीं होगा**। अतः यह उचित ही होगा कि प्रसारक अपने पे-चैनलों के एमआरपी सब्सक्राइबर्स को सूचित करें जो अपनी पसंद के चैनल चुनने के लिए स्वतंत्र होने चाहिए। ये दरें प्लेटफार्म अज्ञेयवादी होंगी, अर्थात् सभी प्लेटफार्मों (केबल टीवी, डीटीएच, एचआईटीएस और आईपीटीपी) के लिए एकसमान होंगी।
59. सब्सक्राइबर्स के लिए प्रसारकों द्वारा एमआरपी का निर्धारण एक प्रकार से पे-चैनलों के मूल्यों को स्वतः विनियमित करेगा चूंकि उच्च मूल्य से उन सब्सक्राइबर्स की संख्या में कमी आएगी जो ऐसे चैनलों को देखते हैं और इस प्रकार विज्ञापन राजस्व प्रभावित होगा। इससे प्रसारकों को लचीलापन मिलेगा, जिससे वे किसी पे-चैनल के खुदरा मूल्य को इस प्रकार इष्टतम बना सकें, कि वे विज्ञापन एवं सब्सक्रिप्शन से अपने राजस्व को अधिकतम कर सकें। इससे प्रसारकों को अपने चैनलों के एमआरपी को कम करने की क्षमता मिल जाएगी, यदि वे अपने दर्शकों की संख्या को बढ़ाना चाहते हैं तो।
60. मसौदा टीटीओ में प्रसारकों को विभिन्न भौगोलिक क्षेत्रों के लिए उनके चैनलों के भिन्न-भिन्न एमआरपी घोषित करने की अनुमति दी गई थी। प्रसारकों को किसी चैनल को एक भौगोलिक बाजार में पे-चैनल घोषित करने तथा उसी चैनल को किसी अन्य भौगोलिक बाजार में फ्री-टू-एयर घोषित करने की अनुमति भी दी गई थी।
61. उपर्युक्त वर्णित मुद्दे के संबंध में कुछ प्रसारकों का मानना है कि विभेदकारी मूल्य निर्धारण पद्धति से प्रसारकों को लक्षित भौगोलिक क्षेत्र में सब्सक्राइबर्स को छूट प्रदान करने में मदद मिलेगी, जबकि उन भौगोलिक क्षेत्रों में राजस्व बनाए रखने में मदद मिलेगी जहां कोई प्रचलित चैनल लोकप्रिय हैं। तथापि, आगे उन्होंने उल्लेख किया है कि विशिष्ट राज्य में विभिन्न भाषा और उस राज्य के विभिन्न भागों में लोगों की विभिन्न पसंदों के कारण भौगोलिक क्षेत्र में अंतर्निहित अंतरों पर विचार नहीं किया गया है। उन्होंने यह भी सुझाव दिया है कि मुम्बई, चेन्नै, कोलकाता, हैदराबाद, बंगलौर, पुणे तथा अहमदाबाद जैसे बड़े और मेट्रो शहरों को अलग-अलग भौगोलिक क्षेत्र के रूप में वर्गीकृत किया जाना चाहिए।
62. दूसरी तरफ टेलीविजन चैनलों के अधिकांश वितरकों का यह मत है कि किसी चैनल का एमआरपी पृथक भौगोलिक क्षेत्रों के लिए भिन्न-भिन्न रखने की बजाय पूरे देश में एक समान होना चाहिए। उन्होंने उल्लेख किया है कि भौगोलिक क्षेत्र के आधार पर मूल्य निर्धारण में बदलाव भेदभावपूर्ण है। आगे उन्होंने कहा है कि मसौदा टीटीओ में भौगोलिक क्षेत्रों के बारे में निर्धारण किसी अध्ययन या किसी आंकड़े पर आधारित नहीं है और यह कार्य इस विषय में हितधारकों को अपनी राय दिए जाने का अवसर दिए बिना किया गया है। कुछ एमएसओ का मानना है कि विभिन्न भौगोलिक क्षेत्रों के लिए भिन्न-भिन्न टैरिफ तय करने से प्रणाली से संबंधित समस्याएं पैदा हो जाएंगी क्योंकि टीवी चैनलों के अधिकांश वितरकों के पास एक से अधिक भौगोलिक क्षेत्रों में सेवा देने के लिए एक ही हैड-एंड हैं। उनके अनुसार, एसटीवी को एक स्थान से दूसरे स्थान पर ले जाने के मामले में उन्हें परिभाषित और नियंत्रित करना संभव नहीं होगा। उन्होंने यह भी बताया कि विभिन्न भौगोलिक क्षेत्रों के लिए ईपीजी में उल्लिखित चैनलों की विभिन्न दरों का प्रबंधन और नियंत्रण करना बहुत कठिन होगा। डीटीएच प्रचालकों ने भी यह कहा है कि उनके पास सब्सक्राइबर्स की सही अवस्थिति जानने के लिए कोई तंत्र नहीं है। उनका यह मत है कि भौगोलिक क्षेत्रों के आधार पर विभेदकारी मूल्य निर्धारण का दुरुपयोग किया जा सकता है और इससे हितधारकों के बीच भुगतान निपटारे से संबंधित विवाद होने की संभावना है।
63. प्राधिकरण ने भौगोलिक क्षेत्रों पर आधारित चैनलों के विभेदकारी मूल्य निर्धारण से संबंधित कठिनाइयों के संबंध में हितधारकों की चिंताओं को नोट किया है। पूरे देश में चैनलों के कार्यक्रम समान होते हैं और इसलिए इनका भिन्न-भिन्न मूल्य निर्धारित नहीं किया जा सकता। इसके अलावा, डीटीएच प्रचालकों के लिए भौगोलिक आधार पर विभेदकारी टैरिफ निर्धारण करना कठिन हो सकता है क्योंकि उनके सभी चैनल पूरे देश में प्रसारित किए जाते हैं। वर्तमान विनियमन में भिन्न क्षेत्रों में चैनलों का विभेदकारी मूल्य निर्धारण का प्रावधान है। तथापि, भादूविप्रा को प्रसारकों द्वारा सौंपी गई रिपोर्ट के आधार पर बहुत कम ही प्रसारक इस प्रावधान का प्रयोग कर रहे हैं। तदनुसार, प्राधिकरण ने निर्णय लिया है कि भौगोलिक क्षेत्र के आधार पर चैनलों के विभेदकारी मूल्य निर्धारण को समाप्त किया जाए। तथापि, यदि प्रसारक चाहता है कि वह किसी क्षेत्र विशेष के आधार पर किसी चैनल के कम मूल्य की पेशकश करना चाहे तो वह ऐसा करने के लिए उस क्षेत्र के टेलीविजन चैनलों के सभी वितरकों को समान छूट देने के लिए स्वतंत्र होगा, बशर्त प्राधिकरण द्वारा अधिसूचित अंतःसंयोजन विनियमों में विहित छूट की सीमा का पालन हो।
64. प्राधिकरण ने नोट किया है कि वर्तमान में चैनलों का अ-ला-कार्ट आधार पर चयन, बुके के सब्सक्रिप्शन की तुलना में नगण्य है। विश्लेषण से पता चला है कि अ-ला-कार्ट चैनलों का इस प्रकार से कम चयन किए जाने मुख्य कारण यह है कि अ-ला-कार्ट चैनलों का मूल्य बुके की दरों की तुलना में बहुत अधिक है और इसके अतिरिक्त इन दोनों दरों के बीच कोई सुपरिभाषित संबंध नहीं है। भादूविप्रा के पास उपलब्ध आंकड़े के अनुसार टीवी चैनलों के वितरकों द्वारा दिए जा रहे कुछ बुके उस बुके के घटक अ-ला-कार्ट चैनलों के दरों के योग के 80 प्रतिशत से 90 प्रतिशत छूट पर दिए जा रहे हैं। प्रसारकों से उन छूट को प्राप्त करने के लिए टेलीविजन चैनलों के वितरकों द्वारा कुछ योग्यता शर्तों/मानदंड पूरी करनी होती हैं, जिन पर ये छूट आधारित होती हैं। बहुत अधिक छूट सब्सक्राइबर्स को केवल बुके को लेने के लिए बाध्य करती है तथा सब्सक्राइबर्स के लिए विकल्प को कम करती है। परिणामतः यद्यपि तकनीकी तौर पर, अ-ला-कार्ट चैनल की दरें घोषित की

जाती है, यह दरें भ्रामक होती हैं और सब्सक्राइबरों के समक्ष बुके चुनने के अतिरिक्त और कोई विकल्प नहीं होता। प्रसारकों द्वारा तैयार बुके में केवल कुछ लोकप्रिय चैनल होते हैं। सामान्यतः टेलीविजन चैनलों के वितरकों को पूरा बुके लेने के लिए कहा जाता है क्योंकि अन्यथा उन्हें लोकप्रिय चैनल देने से मना कर दिया जाता है या उन्हें चैनल आरआईओ मूल्य पर दिए जाते हैं। यह मामला तब और खराब हो जाता है, जब टेलीविजन चैनलों के वितरकों को इस प्रकार भुगतान करना पड़ता है, जैसे कि बुके के सभी चैनल उनके सभी सब्सक्राइबरों द्वारा देखे जाते हों, जबकि तथ्य यह है कि लोकप्रिय चैनलों को ही ज्यादा दर्शक देखते हैं। इस स्थिति में खुदरा स्तर पर टेलीविजन चैनलों के वितरकों के समक्ष इन चैनलों को अधिकतम दर्शकों को जबरन देते हैं ताकि लागत वसूल की जा सके। बुके आधारित विपणन रणनीति पृथक चैनलों की तुलना में बुके के प्रतिकूल मूल्य निर्धारण का कारण बनती है। परिणामतः, सब्सक्राइबरों को अपनी पसंद के अ-ला-कार्ट चैनलों की बजाय बुके का चयन करना पड़ता है। इस प्रकार, इस प्रक्रिया में जनसाधारण को सामान्यतः अवांछित चैनलों के लिए भुगतान करना पड़ता है और प्रभावतः इससे सब्सक्राइबर की चयन करने की क्षमता समिति होती है। बुके में बड़ी संख्या में अवांछित चैनलों को बंडल किए जाने से डीपीओ के नेटवर्क की क्षमता कृत्रिम रूप से पूर्ण हो जाती है। यह नए टेलीविजन चैनलों के लिए प्रवेश अवरोध के रूप में कार्य करती है।

65. विधि निर्माताओं द्वारा अधिकल्पित अलग-अलग चैनल चुनने के उद्देश्य के अनुसार, सब्सक्राइबर को अपने विकल्प का चयन की सुविधा प्रदान करने के लिए, नए फ्रेमवर्क में प्रसारक सब्सक्राइबरों के लिए अ-ला-कार्ट चैनलों और पे-चैनलों के बुके के अधिकतम खुदरा मूल्य की घोषणा करेगा। यह सुनिश्चित करने के लिए कि अ-ला-कार्ट चैनलों के मूल्य उचित रखे जाएं तथा बुके को तैयार करने में अनुमेय अधिकतम छूट को उस बुके के घटक पे-चैनलों की अ-ला-कार्ट कीमतों के कुल योग से संबद्ध किया गया है। कोई प्रसारक अपने बुके के लिए, उस बुके में सम्मिलित सभी पे-चैनलों के अधिकतम खुदरा मूल्यों के योग के 15 प्रतिशत तक की छूट दे सकता है ताकि सब्सक्राइबर अ-ला-कार्ट पेशकश से अपनी पसंद का चैनल चुन सकें और विषम अ-ला-कार्ट और बुके के मूल्य निर्धारण को रोका जा सके (उदाहरण 1 देखें)। प्रसारकों द्वारा सब्सक्राइबरों को पेशकश किए जाने वाले बुके में बिना कोई बदलाव किए बिना वितरक द्वारा सब्सक्राइबर को ऐसे बुके की पेशकश की जाएगी। यदि प्रसारक को लगता है कि बुके के निर्माण में और अधिक छूट दी जा सकती है, तो परोक्षतः इसका अर्थ यह है कि पहले अ-ला-कार्ट मूल्य अधिक रखा गया है और इस प्रकार के मूल्य को संशोधित करते हुए कम करने की आवश्यकता है। ऐसी स्थिति से निपटने के लिए, यदि कोई हो, तो प्रसारकों को अ-ला-कार्ट आधार पर अपने पे-चैनलों के मूल्य घोषित करने की पूरी स्वतंत्रता है।
66. कुछ हितधारकों का मत है कि बुके तैयार करते समय उपभोक्ताओं को दी जाने वाली छूट में कमी करना, उपभोक्ता विरोधी है। इस संबंध में, जबकि प्राधिकरण उपभोक्ताओं को अ-ला-कार्ट चयन की उपलब्धता प्रदान करना चाहता है, वहीं दूसरी ओर यह व्यापार हेतु प्रसारकों तथा वितरकों की स्वतंत्रता का अतिक्रमण नहीं करना चाहता है। संसद में केवल टेलीविजन नेटवर्क (विनियम) संशोधन विधेयक, 2011 पर विचार करने के प्रस्ताव पर हुई चर्चा के दौरान तत्कालीन सूचना और प्रसारण मंत्री ने पसंद के अ-ला-कार्ट चैनलों का चयन करने हेतु उपभोक्ताओं के लिए एक प्रणाली स्थापित करने की आवश्यकता पर बल दिया था। प्राधिकरण ने इस संबंध में अनेक प्रयास किए हैं, परंतु किसी न किसी कारण से वे सफल नहीं हो पाए हैं। यहां यह समझना आवश्यक है कि प्राधिकरण, विषयवस्तु के मूल्य निर्धारण के अभाव में चैनलों का मूल्य निर्धारण नहीं कर पाया है। मौजूदा रूझान यह दर्शाता है कि अधिकांश चैनलों का मूल्य निर्धारण, विहित अधिकतम सीमा से कहीं नीचे किया जाता है, जबकि उच्च सीमा इसलिए विहित की जाती है ताकि प्रसारकों को अपने चैनलों से लाभ अर्जित करने हेतु लचीलापन प्रदान किया जा सके। इसके अलावा, यहां तक कि समान जेनरे में अलग-अलग चैनलों को तैयार करने की लागत तथा उनकी लाभ अर्जन की क्षमता पृथक होती है, परंतु समान ढांचे के भीतर। एक प्रसारक गैर-मुख्य चैनलों का भी उच्च मूल्य पर मूल्य निर्धारण कर सकता है, जिसके वे हकदार नहीं होते हैं। किसी बाजार में किसी चैनल के उचित मूल्य का पता न लग पाना एक ऐसी बाधा है जिसका किसी चैनल के अ-ला-कार्ट मूल्य निर्धारण हेतु दुरुपयोग किया जा सकता है तथा इसमें गड़बड़ी की जा सकती है, जिस दृष्टि से यह भ्रामक भी है। ऐसे उच्च अ-ला-कार्ट मूल्य प्रसारक/वितरक को, उपभोक्ताओं को गैर-मुख्य चैनलों को बुके के रूप में प्रदान करने हेतु उच्च छूट देने की अनुमति देते हैं जबकि इससे पसंद के अ-ला-कार्ट चैनल को चयन करने की संभाव्यता कम हो जाती है, जैसा कि विधि निर्माताओं द्वारा संसद में अपेक्षा की गई थी। उच्च छूट का उपयोग करके अ-ला-कार्ट चैनल की अपेक्षाकृत बुके को जबरन प्रदान करने को निम्नवत उदाहरण से समझा जा सकता है जहां किसी प्रसारक के पास कुल 35 पे-चैनल हैं जिसमें से केवल पांच ही मुख्य चैनल हैं:

तालिका 1: अ-ला-कार्ट बनाम बुके का मूल्य

चैनल	75 प्रतिशत छूट	60 प्रतिशत छूट	45 प्रतिशत छूट	30 प्रतिशत छूट	15 प्रतिशत छूट
चैनल 1 अ-ला-कार्ट मूल्य	19	19	19	19	19
चैनल 2 अ-ला-कार्ट मूल्य	10	10	10	10	10
चैनल 3 अ-ला-कार्ट मूल्य	12	12	12	12	12
चैनल 4 अ-ला-कार्ट मूल्य	5	5	5	5	5
चैनल 5 अ-ला-कार्ट मूल्य	4	4	4	4	4
पांच मुख्य पे-चैनलों के अ-ला-कार्ट मूल्यों का योग	50	50	50	50	50

तीस गैर-मुख्य पे-चैनलों के अ-ला-कार्टे मूल्यों का योग (एक रुपए की दर से)	30	30	30	30	30
पैंतीस अ-ला-कार्टे पे-चैनलों के मूल्यों का योग	80	80	80	80	80
पैंतीस पे-चैनलों के बुके का मूल्य (अ-ला-कार्टे दरो के योग पर छूट सहित)	20	32	44	56	68

उपर्युक्त तालिका यह स्पष्ट रूप से दर्शाती है कि यदि इन पे-चैनलों का बुके तैयार करते समय पे-चैनलों के अ-ला-कार्टे मूल्य के योग की तुलना में प्रसारक द्वारा पेशकश की गई छूट की राशि काफी अधिक (75 प्रतिशत) हो तो, अ-ला-कार्टे मूल्य के योग की तुलना में बुके का मूल्य इतना कम हो जाता है कि यह लगभग एक मुख्य चैनल के अ-ला-कार्टे मूल्य के समतुल्य हो जाता है। ऐसी छूट की राशि उपभोक्ता के हितों के प्रतिकूल है चूंकि यह चैनलों के अ-ला-कार्टे चयन को हतोत्साहित करती है। जैसे-जैसे बुके को तैयार करने पर छूट की राशि कम होती जाती है वैसे-वैसे बुके के मूल्य तथा अ-ला-कार्टे मूल्यों के योग का अंतर भी कम होता है। यदि छूट की राशि को 15 प्रतिशत तक निर्धारित किया जाए तो, बुके का मूल्य मुख्य अ-ला-कार्टे चैनलों के मूल्यों के योग से अधिक हो जाता है; जिससे उपभोक्ता अपनी पसंद का अ-ला-कार्टे चैनल का चयन करने हेतु प्रोत्साहित होता है।

67. वर्तमान विनियामककारी ढांचे में ऐसे उदाहरण भी संज्ञान में आए हैं जब घोषित किए गए आरआईओ मूल्य पर प्रसारक द्वारा 90 प्रतिशत तक छूट प्रदान की गई है। स्पष्टतः ऐसे प्रयासों से प्रतिस्पर्धा समाप्त होती है अ-ला-कार्टे चयन कम हो जाता है जो कि उपभोक्ता के प्रतिकूल है। तदनुसार, प्राधिकरण ने प्रसारक द्वारा थोक स्तर पर प्रदान किए जाने वाली छूट की सीमा 15 प्रतिशत तथा इसके अतिरिक्त वितरकों द्वारा खुदरा स्तर पर प्रदान किए जाने वाली छूट की सीमा 15 प्रतिशत विहित की है। खुदरा स्तर पर उपभोक्ताओं पर पड़ने वाला निवल प्रभाव यह होगा कि उन्हें चैनलों के बुके पर लगभग 30 प्रतिशत की छूट प्राप्त होगी। इसलिए, प्रसारकों तथा वितरकों को बुके तैयार करने हेतु लचीलापन इस प्रकार प्रदान किया गया है कि अनुमेय छूट अ-ला-कार्टे चयन को समाप्त न कर दे। प्राधिकरण, ने इस प्रकार के ढांचे को विहित करने में काफी सावधान बरती है जिससे उपभोक्ताओं को उनकी पसंद के विरुद्ध गैर-मुख्य चैनलों को जबरन बढ़ावा न मिले। गैर-मुख्य चैनल, जिन्हें बुके के भाग के रूप में उपलब्ध कराया जाता है, न केवल अ-ला-कार्टे चैनलों के चयन के विकल्प को समाप्त कर देते हैं बल्कि वितरकों की चैनल वहन की क्षमता को भी समाप्त कर देते हैं जिससे नए/प्रतिस्पर्धी चैनलों को आरंभ करने हेतु वितरण प्लेटफार्म क्षमता पर कृत्रिम अवरोध उत्पन्न हो जाता है। ऐसे प्रतिबंध उपभोक्ता के हितों के प्रतिकूल हैं तथा इनसे सावधानी से निपटना होगा। तदनुसार, प्राधिकरण ने सचेतरूप से अ-ला-कार्टे तथा बुके मूल्यों के बीच संबंधों को विहित करते हुए वर्तमान ढांचे के संबंध में निर्णय लिया ताकि उपभोक्ताओं के साथ-साथ सेवा प्रदाताओं के हितों का भी संरक्षण किया जा सके। तथापि, प्राधिकरण बाजार में होने वाले विकास पर भी नज़र रखेगा तथा लगभग दो वर्ष की समयावधि में बुके की पेशकश करते समय अधिकतम अनुमय छूट की समीक्षा कर सकता है।
68. कोई प्रसारक अपने ग्राहकों को बुके के रूप में अपने पे-चैनल प्रदान करने के लिए स्वतंत्र है। किसी बुके को सब्सक्राइब करते समय, ग्राहक को संभवतः बुके का निर्माण करने वाले प्रत्येक चैनल के मूल्य का पता नहीं हो सकता है। किसी पे-चैनल के असामान्य उच्च मूल्य के फलस्वरूप बुके की कीमत अधिक हो सकती है जिससे सब्सक्राइबर्स के हित पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ सकता है। यह एक सुस्थापित तथ्य है कि चैनलों की बंडलिंग उनके मूल्यों को जटिल और अस्पष्ट बना देती है। उनके मूल्य अस्पष्ट होते हैं क्योंकि सब्सक्राइबर सदैव ही यह समझ पाने में असमर्थ होते हैं कि बंडल मूल्य और प्रत्येक अवयव के मूल्य के बीच में क्या संबंध है। तथापि, चैनलों की बंडलिंग सब्सक्राइबर्स के लिए सुविधाजनक होती है तथा सब्सक्रिप्शन के प्रबंधन में सेवा प्रदाताओं को भी सुविधा प्रदान करती है। इस वास्तविकता को ध्यान में रखते हुए तथा सब्सक्राइबर्स के हितों का संरक्षण करने के लिए प्राधिकरण ने उन पे-चैनलों की एमआरपी पर 19/-रु. की सीमा निर्दिष्ट की है जिन्हें बुके के भाग के रूप में प्रदान किया जा सकता है। अतः 19/-रु. से अधिक की एमआरपी वाला कोई भी पे-चैनल किसी बुके का भाग नहीं बनेगा। 19/-रु. की राशि को प्रसारकों और डीपीओ के बीच थोक स्तर पर सभी एड्रैसेबल प्रणालियों के लिए 15.12 रु. की विद्यमान उच्चतम जेनरे सीमा को ध्यान में रखते हुए निर्दिष्ट किया गया है जिसमें डीपीओ के वितरण शुल्क को समाहित करने के लिए इसमें आगे 1.25 गुना की वृद्धि की गई है। प्रसारकों को अपने उन पे-चैनलों का मूल्य-निर्धारण करने की भी पूर्ण स्वतंत्रता प्रदान की गई है, जो किसी बुके का भाग नहीं हैं तथा उन्हें केवल अ-ला-कार्टे आधार पर ही प्रदान किया जाता है। बुके का निर्माण करने के लिए डीपीओ पर भी समान शर्तें लागू होंगी। तथापि, प्राधिकरण बाजार की गतिविधियों पर नज़र रखेगा और लगभग दो वर्ष की समयावधि में उस रीति की समीक्षा करेगा जिसमें कोई चैनल बुके के भाग के रूप में प्रदान किया जा सकता है।
69. मसौदा टीटीओ में यह प्रस्ताव था कि कोई प्रसारक पे-चैनल की पेशकश अ-ला-कार्टे आधार पर कर सकता है और बुके के रूप में भी कर सकता है। प्राधिकरण द्वारा ऐसे चैनलों के जेनरे आधारित मूल्य निर्धारण की अधिकतम सीमा भी विहित की गई थी, जिन चैनलों की बुके के भाग के रूप में सब्सक्राइबर्स को पेशकश की जाती है। इसके अतिरिक्त, मसौदा टीटीओ में यह प्रस्ताव किया गया था कि प्रसारक अपने चैनल

को एक पृथक श्रेणी, जिसे प्रीमियम चैनल कहा जाता है, के अंतर्गत घोषित कर सकता है, जिसे सब्सक्राइबर को केवल अ-ला-कार्ट आधार पर ही दिया जा सकता है और ऐसे चैनलों के मूल्य निर्धारण की अधिकतम सीमा विहित नहीं की गई थी।

70. इसके प्रत्युत्तर में, कुछ प्रसारकों का मानना है कि प्रीमियम चैनल और निश चैनल भिन्न हैं और प्रीमियम चैनल के तहत केवल उन्हीं चैनलों को वर्गीकृत किया जा सकता है, जिसमें विशेष स्वरूप की विषय-वस्तु हो। उनमें कुछ ने प्रीमियम चैनलों के अंतर्गत आने वाले चैनलों के वर्गीकरण के लिए कई मानकों का सुझाव दिया है।
71. हितधारकों की टिप्पणियों का अध्ययन करने के बाद ऐसा प्रतीत होता है कि प्रीमियम चैनलों के नाम के बारे में हितधारकों के मन में कुछ भ्रांतियाँ हैं। प्राधिकरण का इरादा प्रसारकों को अपने किसी भी चैनल को प्रीमियम श्रेणी में रखने के मामले में पूरी स्वतंत्रता देने का था, जो चैनल के जेनरे से संबंध नहीं था। प्रीमियम चैनलों के लिए एकमात्र शर्त यही है कि ऐसे चैनल पूरी मूल्य श्रृंखला में केवल अ-ला-कार्ट आधार पर दिए जाने चाहिए। यह निर्णय इस बात को सुनिश्चित करने के लिए किया गया कि सब्सक्राइबर ऐसे चैनलों का विकल्प चुनने से पूर्व ऐसे चैनलों की मूल्य संबंधी विवक्षाओं से पूरी तरह अवगत रहे। किसी भ्रांति को दूर करने के लिए प्राधिकरण ने प्रीमियम चैनलों के रूप में चैनलों के श्रेणीकरण को समाप्त करने का निर्णय लिया है। चूंकि प्रसारकों को जेनरे पर कोई सीमा लगाए बिना उनके अ-ला-कार्ट चैनलों का मूल्य निर्धारण करने की स्वतंत्रता दी गई है (पैरा 52 देखें), प्रीमियम चैनल की अवधारणा को समाप्त करने से कोई परिवर्तन नहीं होगा, जहां तक जमीनी तौर पर इसके क्रियान्वयन का संबंध है।
72. कुछ प्रसारकों ने सुझाव दिया था कि उन्हें एमआरपी पर सब्सक्राइबर की मांग पर आधारित छूट देने की पूरी स्वतंत्रता होनी चाहिए और अपने शुरु किए गए नए चैनलों के लिए प्रोत्साहन पेशकश करने की स्वतंत्रता होनी चाहिए।
73. प्राधिकरण ने कुछ प्रसारकों की उल्लिखित मांगों पर विचार करने के बाद यह तय किया है कि प्रसारक अपने अ-ला-कार्ट पे-चैनल के अधिकतम खुदरा मूल्य पर प्रोत्साहन योजनाओं की पेशकश कर सकते हैं। तथापि, ऐसी योजनाओं के दुरुपयोग को रोकने के लिए प्राधिकरण ने यह भी तय किया है कि प्रसारकों को पे-चैनल के बुके पर कोई प्रोत्साहन योजना की पेशकश करने की अनुमति नहीं होगी। इसके अतिरिक्त इस प्रकार की योजना की अवधि एक बार में नब्बे दिन से अधिक नहीं होगी और ऐसी योजना किसी कैलेंडर वर्ष में दो बार से अधिक नहीं दी जा सकेगी। इस प्रकार की प्रोत्साहन योजना के अंतर्गत उपलब्ध कराए गए अ-ला-कार्ट पे-चैनलों की कीमत को ऐसी प्रोत्साहन योजना की अवधि के दौरान इन चैनलों का अधिकतम खुदरा मूल्य समझा जाएगा। प्राधिकरण द्वारा अधिसूचित विनियम और टैरिफ ऑर्डर इस प्रकार की किसी प्रोत्साहन योजना के अंतर्गत अ-ला-कार्ट पे-चैनल की कीमतों पर लागू होंगे।
74. प्राधिकरण ने खुदरा स्तर पर मूल्य फोरबीयरेन्स को नए ढांचे में भी जारी रखे जाने की टेलीविजन चैनलों के वितरकों की मांग पर विचार किया है। प्राधिकरण ने यह पाया है कि टेलीविजन चैनलों के वितरक प्रसारकों से चैनल अथवा चैनलों के बुके छूट की विनिर्दिष्ट सीमा के भीतर प्राप्त करते हैं। इस चिंता का निवारण करने के लिए प्राधिकरण ने खुदरा स्तर पर फोरबीयरेन्स जारी रखने का निर्णय लिया है तथा टेलीविजन चैनलों के वितरकों को उनके ग्राहकों के लिए प्रसारकों द्वारा घोषित पे-चैनलों की एमआरपी पर छूट प्रदान करते हुए अ-ला-कार्ट पे-चैनलों के वितरक खुदरा मूल्यों को निर्धारित करने की स्वतंत्रता प्रदान की है। टेलीविजन चैनलों के वितरक भी विभिन्न प्रसारकों के अ-ला-कार्ट पे-चैनलों से बुके का निर्माण करने तथा इस शर्त पर उनका मूल्य-निर्धारण करने के लिए स्वतंत्र है कि पे-चैनलों के ऐसे बुके का वितरक खुदरा मूल्य प्रसारक द्वारा तैयार किए गए पे-चैनलों के बुके और उस बुके का भाग बनने वाले अ-ला-कार्ट पे-चैनलों के वितरक खुदरा मूल्यों के योग के पिचासी प्रतिशत से कम नहीं होना चाहिए (उदाहरण 2 देखें)। इसके अलावा, ग्राहकों/दर्शकों के हितों का संरक्षण करने के उद्देश्य से, डीपीओ यह भी सुनिश्चित करेंगे कि 19/-रु. से अधिक की एमआरपी वाला कोई भी पे-चैनल किसी बुके का भाग नहीं बन सकता है।
75. कुछ हितधारकों ने इस बात का उल्लेख किया है कि प्रसारकों के अधिकतम मूल्य की तुलना में टेलीविजन चैनलों के वितरकों के वितरक खुदरा मूल्य के लिए कोई अधिकतम सीमा तय नहीं की गई है। उनका मानना है कि इससे एक ही क्षेत्र विशेष में एक ही चैनल के लिए अलग-अलग वितरक खुदरा मूल्य होंगे। कुछ हितधारकों ने आगे बताया कि टेलीविजन चैनलों के वितरक इसके एमआरपी से बहुत कम मूल्य रख सकते हैं और बाजार में अपना हिस्सा पाने के लिए गैर प्रतिस्पर्धी मूल्य निर्धारण में संलिप्त हो सकते हैं जिसे रोका जाना चाहिए। उनके अनुसार इससे क्षेत्र में एक अस्वस्थ स्पर्धा उत्पन्न हो जाएगी और प्रसारक स्तर पर मूल्यों को घोषित करने का उद्देश्य ही असफल हो जाएगा।
76. टेलीविजन चैनलों के वितरकों को प्रसारकों द्वारा घोषित चैनल के एमआरपी पर छूट दी जानी है। इसके अलावा, प्राधिकरण ने उस छूट की अधिकतम सीमा तय कर दी है जो टेलीविजन चैनलों के वितरकों को प्रसारकों द्वारा सत्यापन योग्य और अभिभेदकारी मानदंडों के आधार पर दी जाएगी। इसलिए, किसी टेलीविजन चैनल वितरक के लिए किसी चैनल उससे अधिक छूट देना संभव नहीं होगा, जितनी उसे चैनल के लिए प्रसारक द्वारा उसके अधिकतम खुदरा मूल्य पर प्रदान की जाएगी। छूट पर सीमा निर्दिष्ट करते समय प्राधिकरण का आशय सभी डीपीओ के लिए समान अवसर सुनिश्चित करना तथा प्रतिस्पर्धा को बढ़ावा देना है। यह आशा की जाती है कि फोरबीयरेन्स का प्रयोग करते समय डीपीओ चैनलों का मूल्य निर्धारण युक्तियुक्त तरीके से करेंगे और मनमाने तरीके से मूल्यों को निर्धारित नहीं करेंगे। प्राधिकरण इस पर नज़र रखेगा तथा आवश्यकता होने पर इस संबंध में हस्तक्षेप करेगा। अगला मुद्दा वितरण नेटवर्क में निवेश के मुद्दीकरण से संबंधित है।
77. टेलीविजन चैनलों के वितरक ने अपने नेटवर्क की स्थापना तथा रखरखाव में काफी पैसों का निवेश किया है जो कि प्रसारक की आवश्यकताओं पर निर्भर नहीं हैं। नेटवर्क का विस्तार करने तथा ब्रॉडबैंड सहित मल्टी-मीडिया सेवाएं उपलब्ध कराने हेतु क्षमता को उन्नत करने के लिए, उनके वितरण नेटवर्क में अतिरिक्त निवेश किए जाने की आवश्यकता होती है। इसके अतिरिक्त, टेलीविजन चैनलों के वितरकों को कई कार्य करने होते हैं, जैसे कि सब्सक्राइबर प्रबंधन, बिलिंग, शिकायत निवारण, सब्सक्रिप्शन राजस्व का संग्रह आदि। वर्तमान फ्रेमवर्क में टेलीविजन चैनलों के वितरकों के पास राजस्व का कोई निश्चित स्रोत नहीं है और वे बहुत हद तक अपने नेटवर्क पर प्रसारकों के पे-चैनलों को सब्सक्राइबरों को वितरित किए जाने से प्राप्त राजस्व के हिस्से पर निर्भर करते हैं। नेटवर्क लागत की वसूली करने के लिए टेलीविजन चैनलों के वितरकों द्वारा एफटीए चैनल का मूल्य भी सब्सक्राइबरों के लिए तय किया जाता है। प्राधिकरण ने नोट किया है कि कई मामलों में सब्सक्राइबर को अधिसूचित एफटीए चैनलों की कीमतें कुछ पे-चैनलों की कीमतों से अधिक है। सिद्धांततः यह एक गलत प्रथा है। एफटीए चैनल के प्रसारक मानते हैं कि सब्सक्राइबर के लिए ऐसे मूल्य का निर्धारण उनके व्यापार मॉडल के लिए हानिकर है जो पूरी तरह से विज्ञापन के राजस्व पर निर्भर है। एफटीए चैनलों को देखने के लिए इस प्रकार की कीमत से दर्शकों की संख्या घटती है और विज्ञापन राजस्व पर सीधे तौर पर प्रभाव

- डालती है। इसके परिणामस्वरूप मूल्य श्रृंखला में आपसी अविश्वास तथा मुकदमे बाजी की संभावनाएं बढ़ सकती हैं। प्राधिकरण का यह मत है कि टेलीविजन चैनलों के वितरकों के पास पे-चैनलों के सब्सक्रिप्शन राजस्व के अलावा, राजस्व का एक विशिष्ट स्रोत होना चाहिए। तदनुसार, प्राधिकरण ने टीवी चैनलों तथा नेटवर्क के शुल्क को अलग करने का निर्णय लिया है। इससे वर्तमान वितरण नेटवर्क में निवेश पर आय की उचित दर सुनिश्चित होगी तथा सब्सक्राइबर को बेहतर गुणवत्ता युक्त सेवा प्रदान करने के निवेश को बल मिलेगा।
78. मसौदा टीटीओ में यह प्रस्ताव था कि टीवी चैनलों के वितरक सब्सक्राइबर से 100 एसडी चैनलों की नेटवर्क क्षमता को सब्सक्राइब करने के लिए अधिकतम 130/— (कर रहित) का मासिक किराया वसूलें।
79. मसौदा टीटीओ के प्रत्युत्तर में कुछ प्रसारकों ने उल्लेख किया है कि बेसिक टियर के लिए 130/— रुपए का मूल्य निर्धारण के पीछे कोई तर्क संगतता नहीं है। उनका मानना है कि किराया राशि को कम किया जाना चाहिए क्योंकि सब्सक्राइबरों की संख्या बढ़ने के साथ प्रसारण लागत कम होती है और अन्य क्रियाकलाप, जैसे सब्सक्राइबर प्रबंधन, बिलिंग, शिकायत निवारण, कॉल सेंटर के खर्च भी समय के साथ कम होते हैं। दूसरी ओर अधिकांश टेलीविजन चैनलों के वितरकों ने इस किराया राशि का समर्थन किया है। उनमें से कुछ ने सुझाव दिया है कि एक अधिकतम किराया राशि तय करने के बदले इसे प्रतिमाह 130/— रुपए पर तय किया जाना चाहिए। टेलीविजन चैनलों के कुछ वितरकों ने यह सुझाव दिया कि किराया राशि को 130/— रुपए पर निर्धारित किया जाना चाहिए तथा इस पर अधिकतम 15 प्रतिशत की छूट की अनुमति दी जा सकती है। कुछ टेलीविजन चैनल वितरकों ने सुझाव दिया कि मासिक किराया राशि 200/— रुपए तय की जानी चाहिए। एक हितधारक ने सुझाव दिया कि किराया राशि का नाम बदलकर न्यूनतम सब्सक्रिप्शन फी या बेसिक सब्सक्रिप्शन चार्ज या बेसिक टियर शुल्क किया जाना चाहिए क्योंकि यह एसटीबी किराया राशि के साथ भ्रम पैदा करता है।
80. हितधारकों की मांग से सहमत होते हुए, प्राधिकरण ने तय किया कि किराया राशि का नाम बदलकर नेटवर्क क्षमता शुल्क रखा जाए क्योंकि वितरक एक नेटवर्क क्षमता प्रदान करता है, जिसका उपयोग सब्सक्राइबर, सब्सक्राइब किए गए टेलीविजन चैनल के सिग्नल प्राप्त करने में करता है। उपलब्ध आंकड़ों के अनुसार प्राधिकरण ने नोट किया कि 100 एसडी चैनल को चलाने की लागत एक टेलीविजन चैनल वितरक के लिए लगभग 80 रुपए प्रतिमाह होती है और सब्सक्राइबर प्रबंधन, बिलिंग, शिकायत निवारण, कॉल सेंटर आदि जैसे अन्य गतिविधियों पर व्यय लगभग 50 रुपए प्रतिमाह होता है। तदनुसार, प्राधिकरण ने अनुमति दी है कि 100 एसडी चैनलों के लिए टेलीविजन चैनलों के वितरक नेटवर्क की लागत के रूप में अपने सब्सक्राइबरों से अधिकतम 130/— रुपए, कर रहित, प्रतिमाह प्रभारित कर सकते हैं। एक सब्सक्राइबर 100 चैनलों के लिए वितरण नेटवर्क की क्षमता के अतिरिक्त नेटवर्क क्षमता की मांग 25 एसडी चैनल के बंडल के रूप में कर सकता है, जिसकी दर 20/— रुपए, कर रहित, प्रति माह से अधिक नहीं होगी। यह राशि टेलीविजन चैनल के वितरकों द्वारा व्यय की गई अतिरिक्त बैंडविड्थ लागत के लिए है।
81. प्राधिकरण ने आगे यह भी नोट किया है कि कुछ टेलीविजन चैनलों के वितरकों के लिए प्रसारकों को चैनलों के लिए दिये जाने वाले शुल्क के अतिरिक्त प्रतिमाह औसत राजस्व प्रति सब्सक्राइबर लगभग 100/— रुपए है। प्राधिकरण ने दूरसंचार (प्रसारण और केबल सेवाएं) (चौथा) (एड्रसेबल प्रणाली) टैरिफ आदेश, 2010 में एमएसओ के लिए यह अनिवार्य किया था कि वे सब्सक्राइबरों को कम से कम बेसिक सेवा टियर (बीएसटी) के रूप में 100 फ्री टू एयर चैनल मुहैया कराए और इस बीएसटी के लिए एक न्यूनतम मासिक शुल्क, जो कि प्रति सब्सक्राइबर 100 रुपए कर रहित से अधिक नहीं हो, विनिर्दिष्ट करें। अभी तक किसी भी हितधारक द्वारा इस बीएसटी मूल्य को चुनौती नहीं दी गई है। यदि हम विश्व बैंक द्वारा तैयार किए गए जीडीपी डिप्लेटर का उपयोग करते हुए इस बीएसटी के वर्तमान मूल्य का आकलन करें तो यह 110 रुपए होता है। प्राधिकरण ने आगे यह नोट किया है कि फेज-III और फेज-IV क्षेत्र में बड़ी संख्या में छोटे एमएसओ सेवाएं उपलब्ध करा रहे हैं, जिनके पास छोटे नेटवर्क हैं और छोटी संख्या में सब्सक्राइबरों की आवश्यकताओं की पूर्ति करते हैं। ऐसे एमएसओ के हितों की संरक्षा हेतु प्रारंभिक एक सौ चैनलों की क्षमता के लिए नेटवर्क क्षमता शुल्क हेतु 130/— रुपए की राशि तय की गई है। टेलीविजन चैनलों के वितरकों को लचीलापन उपलब्ध कराने के लिए तथा सब्सक्राइबरों के हितों के संरक्षण के लिए 130/— रुपए की अधिकतम सीमा विहित की गई है। टेलीविजन चैनलों के वितरक, इस अधिकतम सीमा के नीचे नेटवर्क क्षमता शुल्क निर्धारित कर सकते हैं। तथापि, नेटवर्क क्षमता शुल्क नेटवर्क पर ले जाए जाने वाले चैनलों से प्रभावित नहीं होगी। यह किसी सब्सक्राइबर द्वारा सब्सक्राइब किए गए चैनलों के आधार पर भिन्न नहीं हो सकती है। प्राधिकरण बाजार की गतिविधियों पर नज़र रखेगा और लगभग दो वर्ष की समयावधि में नेटवर्क क्षमता शुल्क की सीमा की समीक्षा करेगा।
82. अब मुद्दा है कि एचडी चैनलों की नेटवर्क क्षमता की गणना कैसे की जाए। इस उद्योग के आकलन के अनुसार, औसतन, एक एचडी चैनल उतना बैंडविड्थ धारण करता है, जिसमें 2 एसडी चैनलों को, उपयुक्त सघनता प्रक्रिया के साथ, समायोजित किया जा सकता है। तदनुसार, प्राधिकरण ने यह तय किया है कि यदि कोई सब्सक्राइबर किसी एचडी चैनल को सब्सक्राइब करता है तो चैनल क्षमता की गणना के लिहाज से इसे 2 एसडी चैनल के बराबर गिना जाएगा। उदाहरण के लिए यदि कोई सब्सक्राइबर 100 एसडी चैनलों की नेटवर्क क्षमता का चयन करता है और 1 एचडी चैनल का चयन करता है तो उसे सब्सक्राइब की गई क्षमता में 98 एसडी चैनल और 1 एचडी चैनल प्राप्त होगा (1 एचडी चैनल = 2 एसडी चैनल)। यदि कोई सब्सक्राइबर 2 एचडी चैनलों को सब्सक्राइब करता है तो उसे 96 एसडी चैनल और 2 एचडी चैनल प्राप्त होंगे (2 एचडी चैनल = 4 एसडी चैनल)।
83. वर्तमान में, टेलीविजन चैनलों के वितरकों को खुदरा स्तर पर चैनलों के पैकेजिंग करने हेतु छूट है। तथापि, यह मुख्यतः प्रसारकों से प्रभावित होता है। टेलीविजन चैनलों के वितरकों द्वारा प्रारंभिक स्तर के बुके एफटीए और पे-चैनल, दोनों, को मिलाकर तैयार किए जाते हैं। बुकों के ऐसे निर्माण और अधिक कीमतों के कारण अ-ला-कार्ट चैनलों की बाधित उपलब्धता सब्सक्राइबरों के हितों के प्रतिकूल हो गई है। इसके अतिरिक्त, सब्सक्राइबर अपनी पसंद के चैनलों का चुनाव नहीं कर पाते हैं। यहां यह बात महत्वपूर्ण है कि डिजिटाइजेशन का प्राथमिक उद्देश्य अधिक चैनलों के विकल्प प्रदान करते हुए तथा उचित मूल्य पर बेहतर गुणवत्ता वाली विषय-वस्तु उपलब्ध करते हुए, सब्सक्राइबरों के हितों का बेहतर तरीके से संरक्षण करना है। उपर्युक्त को देखते हुए, प्राधिकरण ने यह तय किया है कि सब्सक्राइबरों के समक्ष प्रसार भारती के अनिवार्यतः चैनलों के अलावा अपनी पसंद के अन्य चैनल चुनने, एफटीए और पे-चैनल या पे-चैनल और एफटीए चैनलों के संयोजन को चुनने का विकल्प होना चाहिए।

84. वर्तमान फ्रेमवर्क में सब्सक्राइबर्स को सामान्यतः चैनलों के बुके प्रदान किए जाते हैं। उन्हें टेलीविजन चैनलों के वितरकों द्वारा उपलब्ध कराए जा रहे चैनलों और उनकी कीमतों के बारे में पर्याप्त जानकारी नहीं होती है। परिणामतः, सब्सक्राइबर जानकारी पर आधारित निर्णय नहीं ले पाते हैं और अपनी पसंद के चैनलों का चयन नहीं कर पाते हैं। उपभोक्ताओं के हितों के संरक्षण के लिए सरकार उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 बनाया और इसके खंड 6 में उपभोक्ताओं के छह मूलभूत अधिकारों को सूचीबद्ध किया गया है। उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 के खंड 6 को नीचे उद्धृत किया गया है:-
6. केन्द्रीय परिषद के उद्देश्य : केन्द्रीय परिषद का उद्देश्य उपभोक्ताओं के अधिकारों का संवर्धन तथा संरक्षण करना होगा, जैसे कि :
    - (क) ऐसी वस्तु या सेवाएं, जो जीवन और सम्पत्ति के लिए खतरनाक हो, के विपणन के विरुद्ध संरक्षण का अधिकार;
    - (ख) **वस्तुओं और सेवाओं की गुणवत्ता, मात्रा, क्षमता, शुद्धता, मानक और मूल्य**, जैसी भी स्थिति हो, के बारे में, **जानकारी प्राप्त करने का अधिकार** ताकि अनुचित व्यापार पद्धतियों के विरुद्ध उपभोक्ताओं का संरक्षण किया जा सके, ;
    - (ग) जहां कहीं संभव हो, **प्रतिस्पर्धात्मक मूल्य पर अनेक प्रकार की वस्तुओं व सेवाओं तक पहुंचने** के लिए आश्वस्त होने का अधिकार;
    - (घ) सुने जाने का अधिकार तथा यह आश्वासन पाने का अधिकार कि उपभोक्ता के हितों पर उचित रूप में उपयुक्त मंच पर विचार किया जाए;
    - (ङ) अनुचित व्यापार प्रथाएं या प्रतिबंधित व्यापार प्रथाएं या उपभोक्ताओं के अनैतिक शोषण से निवारण पाने का अधिकार; और
    - (च) उपभोक्ता शिक्षा का अधिकार”
85. यह सुनिश्चित करने के लिए कि सब्सक्राइबर टेलीविजन चैनलों के वितरकों के नेटवर्क पर उपलब्ध सभी चैनलों तथा उनके मूल्यों के बारे में जानकारी प्राप्त कर सके, जिससे वे जानकारीप्रद चयन कर सकें, प्राधिकरण ने यह निर्णय लिया है कि प्रसारक अपने वेबसाइट पर अपने पे-चैनलों का अधिकतम खुदरा मूल्य प्रकाशित करेंगे, प्राधिकरण को सूचित करेंगे तथा सभी टेलीविजन चैनलों के वितरकों को भी यह जानकारी उपलब्ध कराएंगे। यह भी निर्णय लिया गया कि सभी सब्सक्राइबर इस प्रकार के अधिकतम खुदरा मूल्य को इलेक्ट्रॉनिक प्रोग्राम गाईड (ईपीजी) में देख सकेंगे, जिसके बारे में चर्चा दूरसंचार (प्रसारण और केबल) सेवाएं-सेवा की गुणवत्ता और उपभोक्ता संरक्षण (एड्रेसेबल प्रणालियां) विनियम, 2017 में की गई है।
86. यह संभव हो सकता है कि कुछ सब्सक्राइबर अपने पसंद के चैनल चुनने को सुविधाजनक न पाएं। टेलीविजन चैनल के वितरक प्रत्यक्ष रूप से या एलसीओ के माध्यम से सब्सक्राइबर्स के साथ इन्टरएक्ट करते हैं और उनकी पसंद और विकल्पों के बारे में जानकारी रखते हैं। इसलिए, टेलीविजन चैनलों के वितरक विभिन्न प्रसारकों से प्राप्त अ-ला-कार्ट पे-चैनलों से ऐसे बुके बनाने में सक्षम होंगे, जो उनके सब्सक्राइबर्स की जरूरतों के अनुरूप हों। टेलीविजन चैनल के वितरकों को इस बात की भी अनुमति होगी कि वे अ-ला-कार्ट पे-चैनल का एक बड़ा बुके का निर्माण करने के लिए विभिन्न प्रसारकों के पे-चैनलों को पैकेज कर सकें। प्राधिकरण ने टेलीविजन चैनलों के वितरकों को इस बात की अनुमति दी है कि वे प्रसारकों द्वारा दिए जाने वाले अ-ला-कार्ट पे-चैनलों तथा पे-चैनलों के बुकों से अपने बुके बना सकते हैं। तथापि, टेलीविजन चैनल का कोई वितरक, प्रसारक द्वारा पेशकश किए गए पे-चैनल में बुके को किसी भी स्थिति में, चाहे बड़ा बुके प्रदान करके या पे-चैनल के छोटे-छोटे बुकों का निर्माण कर सब्सक्राइबर्स के लिए उन्हें वितरण स्तर पर खंडित नहीं कर सकता है।
87. कई बार सब्सक्राइबर्स को यह पता नहीं होता कि टेलीविजन चैनलों के वितरकों को एफटीए चैनल निःशुल्क दिए जाते हैं जबकि केवल पे-चैनलों के लिए सब्सक्रिप्शन फीस का भुगतान किया जाता है। जब किसी बुके में पे और एफटीए चैनल, दोनों होते हैं तो जानकारी के अभाव में सब्सक्राइबर मूल्यों में अंतर को नहीं जान पाता है। इस समस्या का समाधान किया जाना चाहिए। तदनुसार, प्राधिकरण ने तय किया है कि पे-चैनलों और एफटीए चैनलों के बुके पृथक् होंगे, अर्थात् प्रसारक स्तर तथा टीवी चैनल के वितरक स्तर, दोनों स्तरों पर पे-चैनलों और एफटीए चैनलों का बंडल एक साथ नहीं बनाया जा सकता।
88. कोई भी सब्सक्राइबर टेलीविजन चैनलों के वितरकों के नेटवर्क पर उपलब्ध विभिन्न प्रसारकों के एफटीए चैनलों और पे चैनलों में से अ-ला-कार्ट आधार पर चैनल चुनने के लिए स्वतंत्र होगा। इस अ-ला-कार्ट विकल्प के अतिरिक्त एक सब्सक्राइबर किसी प्रसारक द्वारा दिए जाने वाले पे-चैनल के किसी भी बुके या विभिन्न प्रसारकों के पे-चैनलों से टेलीविजन चैनलों के वितरकों द्वारा निर्मित पे-चैनल के किसी भी बुके या विभिन्न प्रसारकों के एफटीए चैनलों से टेलीविजन चैनल वितरकों द्वारा तैयार किसी भी बुके या उनके किसी भी समायोजन को चुनने के लिए स्वतंत्र होगा। इससे किफायती मूल्यों पर अधिक विकल्प सुनिश्चित किये जा सकते हैं। यहां इस बात का उल्लेख करना महत्वपूर्ण है कि टेलीविजन चैनलों के वितरकों के नेटवर्क पर उपलब्ध किसी अ-ला-कार्ट एफटीए चैनल या एफटीए चैनल के बुके के लिए नेटवर्क क्षमता शुल्क के अतिरिक्त सब्सक्राइबर से प्रसारक द्वारा या टेलीविजन चैनलों के वितरकों द्वारा कोई अन्य शुल्क नहीं लिया जाएगा।
89. कुछ डीटीएच ऑपरेटर्स ने समान अवसर नहीं प्रदान किए जाने का मुद्दा उठाया है और उल्लेख किया है कि मसौदा टीटीओ में प्रभावतः, सभी टेलीविजन चैनल वितरकों को समान माना गया है और ऐसा करते समय भिन्न निवेशों, प्रचालन के स्तर, क्यूओएस, सेवा स्तर, लागत, विनियामक उद्ग्रहण और कराधान, नवोन्मेष, प्रचालन की दक्षता, उत्पादों की श्रेणी, आदि को अनदेखा किया गया। उन्होंने यह उल्लेख किया कि उच्च आगत लागतों के चलते डीटीएच ऑपरेटर्स को हानि होगी। उन्होंने यह बताया कि डीटीएच प्रचालकों को अपने नेटवर्क के लिए अपने टैरिफ को इस प्रकार तय करने की छूट होनी चाहिए कि वे स्वयं द्वारा किए गए कैपेक्स/ओपेक्स की वसूली की योजना बना सकें।
90. इस संबंध में यह उल्लेख किया जाता है कि डीटीएच ऑपरेटर्स ने यह तर्क देते हुए कि उनकी आगत लागत एमएसओ की तुलना में अधिक है, इस तथ्य को नजरअंदाज किया है कि एमएसओ को भी आधारभूत अवसंरचनाओं के विकास में, एलसीओ को नियुक्त करने में तथा आधारभूत अवसंरचना का संचालन करने वाले श्रम बल पर खर्च उठाना पड़ता है। तथापि, हर प्रौद्योगिकी की अपने लाभ और हानियां होती हैं। यहां, यह

कहना भी समीचीन होगा कि जबकि डीटीएच प्रचालक महंगे ट्रांसपॉंडर स्पेस का उपयोग करते हैं तब वे कवरेज का लाभ प्राप्त करते हैं तथा देश के किसी भी हिस्से में सब्सक्राइबर को अपने से जोड़ते हैं जबकि एमएसओ को आधारभूत अवसंरचनाओं को बनाना तथा रखरखाव करना पड़ता है और अपने पूरे सेवा क्षेत्र में सब्सक्राइबर को सेवा देने के लिए उसे काफी प्रयास करना पड़ता है। अतः दोनों प्रणालियाँ एड्रसेबल सिस्टम है और दोनों का उद्देश्य एक ही है। इसके अलावा यह देखा गया कि किसी भी डीटीएच प्रचालक द्वारा मसौदा विनियमों पर चर्चा के समय अपने तर्क के समर्थन में कोई भी लागत आंकड़ा पेश नहीं किया गया, यद्यपि यह स्पष्ट रूप से कहा गया था। प्राधिकरण ने सब्सक्राइबरों के हितों की संरक्षा करते हुए टेलीविजन चैनलों के वितरणों को पर्याप्त लचीली व्यवस्था दी है ताकि वे इसमें नवीनता ला सकें। अतः, निर्धारित अधिकतम सीमा में दोनों प्रणालियों की लागत का ध्यान रखा गया है तथा इसमें प्रतिस्पर्धा के लिए पर्याप्त अवसर हैं।

91. यद्यपि प्राधिकरण ने नेटवर्क क्षमता शुल्क की अधिकतम सीमा तय कर दी है, इसमें यह आशा की गई है कि इस प्रकार की अधिकतम सीमा का पालन एक सीमित अवधि के लिए ही होगा। प्राधिकरण बाजार में होने वाले घटनाक्रम पर नजर रखेगा और यदि एक बार प्रभावी प्रतिस्पर्धा पैदा हो जाए तो नियंत्रण को समाप्त करने तथा 3 से 4 वर्ष की अवधि में नेटवर्क क्षमता शुल्क की सीमा को खत्म करने के बारे में सोचेगा।

### **B. जेनरे का युक्तिकरण**

92. मसौदा टीटीओ में प्राधिकरण ने जेनरे संबंधित अधिकतम मूल्य सीमा के निर्धारण के उद्देश्य से निम्नलिखित सात जेनरे बनाए रखने का प्रस्ताव किया था :-

(एक)	सामान्य मनोरंजन
(दो)	समाचार और वर्तमान घटनाक्रम
(तीन)	जानकारी सह मनोरंजन
(चार)	खेल-कूद
(पांच)	बच्चों के चैनल
(छह)	चलचित्र
(सात)	भक्ति

93. मसौदा टीटीओ के प्रत्युत्तर में, कुछ हितधारकों का यह मत है कि जेनरे का प्रावधान अभिनवता को समाप्त कर देगा और प्रसारकों को केवल सीमित क्षेत्रों में चैनल विकसित करने के लिए विवश करेगा जैसाकि संबंधित जेनरे में परिभाषित किया गया है। कुछ अन्य हितधारकों ने यह कहा कि संगीत को एक पृथक जेनरे के रूप में रखा जाना चाहिए क्योंकि संगीत के एक बड़ी संख्या में दर्शक विद्यमान हैं जो समाचार और खेलों से अधिक हैं। कुछ अन्य हितधारकों ने सुझाव दिया कि जेनरों की सूची की श्रेणियों में अधिक विषय शामिल किए जाने चाहिए, जैसे संगीत, प्रादेशिक, व्यापार, समाचार और अंतर्राष्ट्रीय आदि।

94. प्राधिकरण ने विभिन्न जेनरे निर्दिष्ट किए हैं ताकि प्रसारक अपने चैनलों को उपयुक्त विषय में वर्गीकृत कर सकें जिससे सब्सक्राइबर ऐसे चैनलों को आसानी से ढूँढ सकें। तथापि, किसी जेनरे को टैरिफ ढांचे में निर्दिष्ट किए जाने के विरोध में हितधारकों के दृष्टिकोण पर विचार करते हुए, प्राधिकरण ने टीटीओ में जेनरे को निर्दिष्ट न करने का निर्णय लिया है।

### **C. जेनरे के मूल्य की अधिकतम सीमा**

95. जैसी कि पूर्व में पैरा 52 में चर्चा की गई है, मसौदा टीटीओ के प्रत्युत्तर में हितधारकों की टिप्पणियों पर विचार करने के उपरांत प्राधिकरण ने पे-चैनलों के मूल्य-निर्धारण में कोई सीमा निर्दिष्ट न करने का निर्णय लिया है।

### **D. प्रीमियम चैनल और मूल्य निर्धारण**

96. जैसा कि पैरा 71 में पहले ही चर्चा की गई है, प्राधिकरण ने मसौदा टीटीओ के प्रत्युत्तर में हितधारकों की टिप्पणियों पर विचार करने के उपरांत प्रीमियम चैनलों के रूप में पे-चैनलों का श्रेणीकरण न करने का निर्णय लिया है।

### **E. एचडी चैनलों का मूल्य निर्धारण**

97. जैसी कि पैरा 52 में पहले ही चर्चा की गई है, प्राधिकरण ने एचडी चैनलों सहित पे-चैनलों के मूल्य-निर्धारण पर कोई सीमा निर्दिष्ट न करने का निर्णय लिया है। प्राधिकरण ने यह निर्दिष्ट किया है कि 19/-रु. से अधिक एमआरपी वाले किसी भी चैनल को प्रसारकों अथवा डीपीओ द्वारा बनाए गए किसी भी बुके में शामिल करने की अनुमति नहीं दी जाएगी ताकि उससे उस बुके में किसी उच्च मूल्य वाले चैनल को अकारण ही शामिल न कर लिया जाए। अतः एचडी चैनलों के मूल्य बाजार की मांग के अनुसार तथा सब्सक्राइबर की पसंद के आधार पर विनियमित होंगे।

### **F. इलेक्ट्रॉनिक प्रोग्राम गाइड (ईपीजी) पर चैनल की मौजूदगी**

98. ईपीजी पर चैनलों की दिखाए जाने से संबंधित प्रावधानों को क्यूओएस और अंतर संयोजन विनियमों में विस्तार से विनिर्दिष्ट किया गया है।

### **G. भिन्न अथवा क्लोन किए गए चैनल**

99. परामर्श-पत्र में भिन्न अथवा क्लोन किए गए चैनल की परिभाषा और विनियम की आवश्यकता के मुद्दे पर हितधारकों से टिप्पणियां मांगी गईं।
100. अधिकांश प्रसारक भिन्न अथवा क्लोन किए गए चैनलों को विनियमित किए जाने के पक्ष में नहीं हैं। उनका विचार है कि भिन्न अथवा क्लोन किए गए चैनल सब्सक्राइबरों की रुचि को अवरोधित नहीं करते हैं क्योंकि वे भिन्न प्रकार की जनता/वर्ग की आवश्यकता को पूरा करने और

प्रसारकों के विषय-वस्तु की पहुंच बढ़ाने के लिए आरंभ किये गये हैं। उन्होंने आगे यह भी सुझाव दिया कि भिन्न अथवा क्लोन किए गए चैनलों को विनियमित करके भादूविप्रा चैनल विषय-वस्तु को विनियमित करेगा, जो भादूविप्रा के क्षेत्राधिकार के बाहर है। दूसरी तरफ, कुछ प्रसारक समान विषय-वस्तु वाले, परंतु बहु-ऑडियो फीड वाले चैनलों को बिना किसी अतिरिक्त प्रभार के विनियमित किए जाने के पक्ष में हैं। एक प्रसारक का सुझाव है कि एचडी चैनलों को ऐसे किसी खंड के प्रावधानों से छूट दी जा सकती है।

101. टेलीविजन चैनलों के वितरकों ने कहा है कि भिन्न अथवा क्लोन किए गए चैनलों को स्पष्ट रूप से परिभाषित किया जाना चाहिए और उसमें निश्चित रूप से बहु-भाषाओं में समान या लगभग समान विषय-वस्तु वाले दो या दो से अधिक चैनल होने चाहिए। उनका मानना है कि सब्सक्राइबर को क्षेत्र, भाषा, एसडी या एचडी मोड पर अपने पसंद के आधार पर चुनाव करने में सक्षम होना चाहिए और इस प्रकार, भिन्न अथवा क्लोन किए गए चैनलों को एक ही बुके में नहीं रखा जा सकता।
102. एक व्यक्ति का सुझाव है कि दो या अधिक चैनल, जिनमें 60 प्रतिशत विषय-वस्तु है या दो अथवा दो से अधिक चैनल, जो बहु-भाषाओं में एक समान या लगभग एक समान विषय-वस्तु की पेशकश करते हैं, उन्हें 'क्लोन चैनल' के रूप में वर्गीकृत किया जाना चाहिए। सब्सक्राइबर को भिन्न अथवा क्लोन किए गए चैनलों में से किसी एक को सब्सक्राइब करने की स्वतंत्रता होनी चाहिए और एक ही बुके में सब्सक्राइब करने हेतु बाध्य नहीं किया जाना चाहिए।
103. वर्तमान में, भिन्न अथवा क्लोन किए गए चैनलों को एक ही बुके में मूल चैनल के रूप में रखा जाता है, जिससे सब्सक्राइबरों पर अतिरिक्त टैरिफ का भार पड़ता है। वर्तमान में, ऐसे क्रियाकलापों को रोकने के लिए कोई विनियामक ढांचा नहीं है। वर्तमान में, प्राधिकरण भिन्न अथवा क्लोन किए गए चैनलों को विनियमित नहीं करना चाहता है। तथापि, यह वांछनीय है कि प्रसारक या टेलीविजन चैनलों के वितरकों को एक ही बुके में मूल चैनल के साथ क्लोन चैनल को बंडल नहीं करना चाहिए और सब्सक्राइबरों के पास उनके पसंद के आधार पर ऐसे चैनल की भाषा चुनने का विकल्प होना चाहिए।

#### **H. प्रति कार्यक्रम देखने हेतु भुगतान और टैरिफ विकल्प**

104. परामर्श-पत्र में, हितधारकों से सुझाव देने के लिए कहा गया कि क्या सब्सक्राइबर के लिए प्रति कार्यक्रम देखने हेतु भुगतान (पीपीवी) का विकल्प उपलब्ध होना चाहिए और यदि हां, तो ऐसे प्रति कार्यक्रम देखने हेतु भुगतान के लिए टैरिफ को विनियमित किया जाए अथवा नहीं।
105. इसके प्रत्युत्तर में प्रसारकों और टेलीविजन चैनलों के वितरकों सहित ज्यादातर हितधारक प्रति कार्यक्रम देखने हेतु भुगतान के विकल्प के पक्ष में नहीं हैं। उनका सुझाव था कि पीपीवी को कार्यान्वित किया जाना व्यवहारिक नहीं है क्योंकि ऐसे तीव्र परिवर्तन के संबंध में प्रसारकों और एमएसओ के लिए निगरानी रखना कठिन होगा।
106. जबकि कुछ हितधारकों का विश्वास है कि प्रति कार्यक्रम देखने हेतु भुगतान की अनुमति दी जानी चाहिए क्योंकि यह सब्सक्राइबरों को बेहतर चुनाव करने का विकल्प और छूट देता है और यह नयी विषय-वस्तु आरंभ करने का नवोन्मेषी तरीका हो सकता है। प्रति कार्यक्रम देखने हेतु भुगतान का पक्ष लेने वाले टेलीविजन चैनलों के वितरकों ने सुझाव दिया है कि इसे कार्यान्वित करना तकनीकी रूप से व्यवहार्य है और चैनल के मासिक अ-ला-कार्ट लागत से इसकी लगातार कम होगी। इन हितधारकों ने सुझाव दिया कि पीपीवी सेवा को फारबीयरेंस पर छोड़ दिया जाना चाहिए और प्राधिकरण मामले-दर-मामले आधार पर हस्तक्षेप कर सकता है।
107. डिजिलीकरण ने मांग-पर-विडियो (वीओडी), पे-पर-व्यू, प्रति कार्यक्रम देखने हेतु भुगतान आदि जैसे मूल्य-योजित सेवाएं के कार्यान्वयन को सक्षम बनाया है। प्रति कार्यक्रम देखने हेतु भुगतान सब्सक्राइबर की पसंद और उन्हें प्राप्त लचीलेपन को बड़े पैमाने पर सक्षम बनाएगा। यह ऐसे सब्सक्राइबरों के लिए अच्छा होगा, जो किसी विशेष चैनल पर अपनी पसंद का केवल प्रोग्राम विशेष देखना चाहते हैं, जिसे उन्होंने अ-ला-कार्ट आधार पर या बुके के रूप में अन्यथा सब्सक्राइब नहीं किया होगा। यह टेलीविजन चैनलों के वितरकों और प्रसारकों को उच्च एआरपीयू प्राप्त करने में भी सक्षम बना सकता है।
108. यद्यपि, वर्तमान में मूल्य-योजित सेवाएं सब्सक्राइबरों के मध्य बहुत लोकप्रिय नहीं हैं। इसलिए, प्रति कार्यक्रम देखने हेतु भुगतान, सब्सक्राइबर पसंद सुनिश्चित करने के लिए भावी कदम प्रतीत होता है। इसके अतिरिक्त, जैसा अधिकांश हितधारकों ने उल्लेख किया है कि प्रौद्योगिकी और श्रम शक्ति में निवेश से अतिरिक्त लागत भी आएगी। उपर्युक्त को देखते हुए प्राधिकरण का विचार है कि अभी प्रति कार्यक्रम देखने हेतु भुगतान को विनियमित करने का कोई जरूरत नहीं है क्योंकि यह भी शैशव अवस्था में है और उद्योग उपयुक्त समय पर सब्सक्राइबरों को विकल्प दे सकता है जब हितधारकों के साथ-साथ सब्सक्राइबर और अवसंरचना प्रति कार्यक्रम देखने हेतु भुगतान को कार्यान्वित करने के लिए तैयार हों।

#### **I. महत्वपूर्ण बाजार शक्ति**

109. परामर्श-पत्र में हितधारकों से यह सुझाव देने के लिए कहा गया कि क्या महत्वपूर्ण बाजार शक्ति (एसएमपी) को पहचानने की जरूरत है। हितधारकों को महत्वपूर्ण बाजार शक्ति के रूप में किसी इकाई को वर्गीकृत करने के लिए मानदंड सुझाने के लिए भी कहा गया था।
110. अधिकांश प्रसारकों ने दावा किया कि एसएमपी की पहचान करने का मामला भारतीय प्रतिस्पर्धा आयोग (सीसीआई) के क्षेत्राधिकार में आता है और भादूविप्रा को ऐसा करने की जरूरत नहीं है। इसके अतिरिक्त, सीसीआई प्रतिस्पर्धा-रोधी व्यवहार को रोकने के लिए पर्याप्त सुरक्षोपाय प्रदान करता है। तथापि, कुछ प्रसारकों ने एसएमपी पहचान के विचार का समर्थन नहीं किया तथा उन्होंने एसएमपी को पहचान करने के लिए मानदंड सुझाए हैं। टेलीविजन चैनलों के कुछ वितरकों ने कहा कि एसएमपी को पहचान करने की जरूरत नहीं है जबकि कुछ मानते हैं कि इस प्रकार का भेद किया जाना चाहिए। टेलीविजन चैनलों के कुछ वितरकों ने सुझाव दिया है कि वितरण के क्षेत्र में वर्टिकल इंटीग्रेटिड कम्पनियों को अतिरिक्त विनियम के दायरे में लाया जाना चाहिए।
111. प्रसारण एवं केबल सेवाओं के विनियमन, ग्राहकों/सब्सक्राइबरों एवं सेवा प्रदाताओं के हितों की संरक्षा के अलावा, भादूविप्रा का कार्य प्रतिस्पर्धा को सुगम करना, दक्षता को बढ़ावा देना तथा भेद-भाव रहित माहौल सुनिश्चित करना भी है। यह भी ध्यान में रखा जाना चाहिए कि भादूविप्रा तथा इसके विनियमों के उद्देश्यों व प्रयोजनों में से एक प्रतिस्पर्धा को बढ़ावा देना भी है। प्राधिकरण ने नोट किया है कि कुछ प्रसारकों के

साथ-साथ टेलीविजन चैनलों के कुछ वितरकों दोनों ने महत्वपूर्ण बाजार शक्ति के एकाधिकारी व्यवहार को अच्छी तरह से प्रदर्शित किया है। तथापि, प्राधिकरण टेलीविजन प्रसारण क्षेत्र के लिए एक नई संरचना निर्धारित कर रहा है और इसलिए, वर्तमान में महत्वपूर्ण बाजार शक्ति की पहचान और विनियमित नहीं करना चाहता। प्राधिकरण नई संरचना के कार्यान्वयन के बाद घटनाक्रम पर निगरानी रखेगा और यदि महत्वपूर्ण बाजार शक्ति का कोई एकाधिकारी व्यवहार पाया जाता है या उसके ध्यान में लाया जाता है तो प्राधिकरण भविष्य में इस विषय पर हस्तक्षेप कर सकता है।

#### उदाहरण 1

(व्याख्यात्मक ज्ञापन का पैरा 65 देखें)

#### प्रसारक द्वारा तैयार किए गए बुके के अधिकतम खुदरा मूल्य का परिकलन

- मान लीजिए कि प्रसारक द्वारा 10 पे-चैनलों (चैनल-1 से चैनल-10) की पेशकश की जाती है।
- मान लीजिए कि प्रसारक द्वारा उपभोक्ता के लिए घोषित किए गए पे-चैनलों का अधिकतम खुदरा मूल्य (एमआरपी) निम्नवत है:-  
 चैनल-1 = 5 रुपए  
 चैनल-2 = 3 रुपए  
 चैनल-3 = 4 रुपए  
 चैनल-4 = 6 रुपए  
 चैनल-5 = 7 रुपए  
 चैनल-6 = 2 रुपए  
 चैनल-7 = 1 रुपए  
 चैनल-8 = 3 रुपए  
 चैनल-9 = 4 रुपए  
 चैनल-10 = 5 रुपए  
 इन दस चैनलों का अधिकतम खुदरा मूल्य का योग 40/- रुपए है।
- यदि प्रसारक इन दस पे-चैनलों के बुके की पेशकश करता है तो ऐसे बुके का अधिकतम खुदरा मूल्य इन दस चैनलों के अधिकतम खुदरा मूल्य के योग के 85 प्रतिशत अर्थात्  $40 \text{ रुपए} \times 85/100 = 34 \text{ रुपए}$  से कम नहीं होगा।

#### उदाहरण 2

(व्याख्यात्मक ज्ञापन का पैरा 74 देखें)

#### टेलीविजन चैनलों के वितरक द्वारा तैयार किए गए वितरक खुदरा मूल्य का निर्धारण

- मान लीजिए कि टेलीविजन चैनलों का वितरक, प्रसारक द्वारा पेशकश किए जाने वाले दस पे-चैनलों (चैनल-1 से चैनल-10) के बुके पेशकश करता है।
- मान लीजिए कि प्रसारकों द्वारा उपभोक्ता के लिए घोषित किए गए पे-चैनलों का अधिकतम खुदरा मूल्य (एमआरपी) तथा टेलीविजन चैनलों के वितरक द्वारा घोषित किए गए उनके वितरक खुदरा मूल्य निम्नवत हैं:-

क्रम संख्या	प्रसारक द्वारा घोषित चैनलों का अधिकतम खुदरा मूल्य (रुपए में)	टेलीविजन चैनलों के वितरकों द्वारा घोषित चैनलों का वितरक खुदरा मूल्य (रुपए में)
1	5	4.50
2	6	5.50
3	8	7
4	6	5
5	7	6.50
6	8	7
7	10	9

8	12	10
9	9	8
10	4	3.50
योग		<b>66</b>

3. यदि टेलीविजन चैनलों का वितरक इन दस चैनलों का बुके तैयार करता है तो ऐसे बुके का वितरक खुदरा मूल्य इन दस चैनलों के वितरक खुदरा मूल्य के योग के 85 प्रतिशत अर्थात्  $66 \times 85 / 100 = 56.10$  रुपए से कम नहीं होगा ।

## TELECOM REGULATORY AUTHORITY OF INDIA

### NOTIFICATION

New Delhi, the 3rd March, 2017

**F. No. 21-1/2016-B&CS.**—In exercise of the powers conferred by sub-section (2) of section 11 of the Telecom Regulatory Authority of India Act, 1997 (24 of 1997), read with notification of the Central Government, in the Ministry of Communication and Information Technology (Department of Telecommunications), No. 39,—

- issued, in exercise of the powers conferred upon the Central Government by proviso to clause (k) of sub-section (1) of section 2 and clause (d) of sub-section (1) of section 11 of the said Act, and
- published under notification No. S.O. 44(E) and 45(E) dated 9<sup>th</sup> January, 2004 in the Gazette of India, Extraordinary, Part II, Section 3,—

the Telecom Regulatory Authority of India hereby makes the following Order, namely:-

### THE TELECOMMUNICATION (BROADCASTING AND CABLE) SERVICES

#### (EIGHTH) (ADDRESSABLE SYSTEMS) TARIFF ORDER, 2017

(No. 1 of 2017)

### PART I

#### PRELIMINARY

**1. Short title, extent and commencement.**—(1) This Order may be called the Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services (Eighth) (Addressable Systems) Tariff Order, 2017.

(2) This Order shall be applicable to broadcasting services relating to television provided to subscribers, through addressable systems, throughout the territory of India.

(3) (a) Except as otherwise provided in sub-clause (b), this Order shall come into force after one hundred eighty days from the date of publication of this Order in the Official Gazette.

(b) Clauses 3, 6 and 8 of this Order shall come into force after thirty days from the date of publication of this Order in the Official Gazette.

**2. Definitions.**—(1) In this Order, unless the context otherwise requires, -

- “Act” means the Telecom Regulatory Authority of India Act, 1997 (24 of 1997);
- “addressable system” means an electronic device (which includes hardware and its associated software) or more than one electronic device put in an integrated system through which transmission of programmes including re-transmission of signals of television channels can be done in encrypted form, which can be decoded by the device or devices at the premises of the subscriber within the limits of the authorization made, on the choice and request of such subscriber, by the distributor of television channels;
- “a-la-carte” or “a-la-carte channel” with reference to offering of a television channel means offering the channel individually on a standalone basis;
- “Authority” means the Telecom Regulatory Authority of India established under sub-section (1) of section 3 of the Telecom Regulatory Authority of India Act, 1997 (24 of 1997);
- “bouquet” or “bouquet of channels” means an assortment of distinct channels offered together as a group or as a

bundle and all its grammatical variations and cognate expressions shall be construed accordingly;

(f) “broadcaster” means a person or a group of persons, or body corporate, or any organization or body who, after having obtained, in its name, downlinking permission for its channels, from the Central Government, is providing programming services;

(g) “broadcaster’s share of maximum retail price” with reference to a pay channel or a bouquet of pay channels means any fee payable by a distributor of television channels to a broadcaster for signals of pay channel or bouquet of pay channels, as the case may be, and for which due authorization has been obtained by such distributor from that broadcaster;

(h) “broadcasting services” means the dissemination of any form of communication like signs, signals, writing, pictures, images and sounds of all kinds by transmission of electro-magnetic waves through space or through cables intended to be received by the general public either directly or indirectly and all its grammatical variations and cognate expressions shall be construed accordingly;

(i) “cable service” or “cable TV service” means the transmission of programmes including re-transmission of signals of television channels through cables;

(j) “cable television network” or “cable TV network” means any system consisting of a set of closed transmission paths and associated signal generation, control and distribution equipment, designed to provide cable service for reception by multiple subscribers;

(k) “compliance officer” means any person designated so, who is capable of appreciating requirements for regulatory compliance under this Order, by a service provider;

(l) “direct to home operator” or “DTH operator” means any person who has been granted licence by the Central Government to provide direct to home (DTH) service;

(m) “direct to home service” or “DTH service” means re-transmission of signals of television channels, by using a satellite system, directly to subscriber’s premises without passing through an intermediary such as local cable operator or any other distributor of television channels;

(n) “distribution platform” means distribution network of a DTH operator, multi-system operator, HITS operator or IPTV operator;

(o) “distributor of television channels” or “distributor” means any DTH operator, multi-system operator, HITS operator or IPTV operator;

(p) “distributor retail price” or “DRP” for the purpose of this Order, means the price, excluding taxes, declared by a distributor of television channels and payable by a subscriber for a-la-carte pay channel or bouquet of pay channels, as the case may be;

(q) “free-to-air channel” or “free-to-air television channel” means a channel which is declared as such by the broadcaster and for which no fee is to be paid by a distributor of television channels to the broadcaster for signals of such channel;

(r) “head end in the sky operator” or “HITS operator” means any person permitted by the Central Government to provide head end in the sky (HITS) service;

(s) “head end in the sky service” or “HITS service” means transmission of programmes including re-transmission of signals of television channels---

(i) to intermediaries like local cable operators or multi-system operators by using a satellite system and not directly to subscribers; and

(ii) to the subscribers by using satellite system and its own cable networks;

(t) “internet protocol television operator” or “IPTV operator” means a person permitted by the Central Government to provide IPTV service;

(u) “internet protocol television service” or “IPTV service” means delivery of multi channel television programmes in addressable mode by using Internet Protocol over a closed network of one or more service providers;

(v) “local cable operator” or “LCO” means a person registered under rule 5 of the Cable Television Networks Rules, 1994;

(w) “maximum retail price” or “MRP” for the purpose of this Order, means the maximum price, excluding taxes, payable by a subscriber, for a-la-carte pay channel or bouquet of pay channels, as the case may be;

(x) “multi-system operator” or “MSO” means a cable operator who has been granted registration under rule 11 of the Cable Television Networks Rules, 1994 and who receives a programming service from a broadcaster and re-transmits the

same or transmits his own programming service for simultaneous reception either by multiple subscribers directly or through one or more local cable operators;

(y) “network capacity fee” means the amount, excluding taxes, payable by a subscriber to the distributor of television channels for distribution network capacity subscribed by that subscriber to receive the signals of subscribed television channels and it does not include subscription fee for pay channel or bouquet of pay channels, as the case may be;

(z) “Order” means the Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services (Eighth) (Addressable Systems) Tariff Order, 2017;

(za) “pay channel” means a channel which is declared as such by the broadcaster and for which broadcaster’s share of maximum retail price is to be paid to the broadcaster by the distributor of television channels and for which due authorization needs to be obtained from the broadcaster for distribution of such channel to subscribers;

(zb) “programme” means any television broadcast and includes -

(i) exhibition of films, features, dramas, advertisements and serials;

(ii) any audio or visual or audio-visual live performance or presentation,

and the expression “programming service” shall be construed accordingly;

(zc) “reference interconnection offer” or “RIO” means a document published by a service provider specifying terms and conditions on which the other service provider may seek interconnection with such service provider;

(zd) “Regulations” means the Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services Interconnection (Addressable Systems) Regulations, 2017 and the Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services Standards of Quality of Service and Consumer Protection (Addressable Systems) Regulations, 2017;

(ze) “service provider” means the Government as a service provider and includes a licensee as well as any broadcaster, distributor of television channels or local cable operator;

(zf) “set top box” means a device, which is connected to or is part of a television receiver and which enables a subscriber to view subscribed channels;

(zg) “subscriber” for the purpose of this Order, means a person who receives broadcasting services relating to television from a distributor of television channels, at a place indicated by such person without further transmitting it to any other person and who does not cause the signals of television channels to be heard or seen by any person for a specific sum of money to be paid by such person, and each set top box located at such place, for receiving the subscribed broadcasting services relating to television, shall constitute one subscriber;

(zh) “television channel” means a channel, which has been granted downlinking permission by the Central Government under the policy guidelines issued or amended by it from time to time and reference to the term “channel” shall be construed as a reference to “television channel”.

(2) all other words and expressions used in this Order but not defined, and defined in the Act and rules and regulations made thereunder or the Cable Television Networks (Regulation) Act, 1995 (7 of 1995) and the rules and regulations made thereunder, shall have the meanings respectively assigned to them in those Acts or the rules or regulations, as the case may be.

## Part II

### TARIFF

**3. Manner of offering of channels by broadcasters.**—(1) Every broadcaster shall offer all its channels on a-la-carte basis to all distributors of television channels.

(2) Every broadcaster shall declare—

(a) the nature of each of its channel either as ‘free-to-air’ or ‘pay’; and

(b) the maximum retail price, per month, payable by a subscriber for each of its pay channel offered on a-la-carte basis:

Provided that the maximum retail price of a pay channel shall be more than ‘zero’:

Provided further that the maximum retail price of a channel shall be uniform for all distribution platforms.

(3) It shall be permissible for a broadcaster to offer its pay channels in the form of bouquet(s) and declare the maximum retail price(s), per month, of such bouquet(s) payable by a subscriber:

Provided that, while making a bouquet of pay channels, it shall be permissible for a broadcaster to combine pay channels of its subsidiary company or holding company or subsidiary company of the holding company, which has obtained, in its name, the downlinking permission for its television channels, from the Central Government, after written authorization by them, and declare maximum retail price, per month, for such bouquet of pay channels payable by a subscriber:

Provided that such bouquet shall not contain any pay channel for which maximum retail price per month is more than rupees nineteen:

Provided further that the maximum retail price per month of such bouquet of pay channels shall not be less than eighty five percent of the sum of maximum retail prices per month of the a-la-carte pay channels forming part of that bouquet:

Provided further that the maximum retail price per month of such bouquet of pay channels shall be uniform for all distribution platforms:

Provided further that such bouquet shall not contain any free-to-air channel:

Provided also that such bouquet shall not contain both HD and SD variants of the same channel.

*Explanation:* For the purpose of this Order, the definition of “subsidiary company” and “holding company” shall be the same as assigned to them in the Companies Act, 2013 (18 of 2013).

(4) It shall be permissible for a broadcaster to offer promotional schemes on maximum retail price(s) per month of its a-la-carte pay channel(s):

Provided that period of any such scheme shall not exceed ninety days at a time:

Provided further that the frequency of any such scheme by the broadcaster shall not exceed twice in a calendar year:

Provided further that the price(s) of a-la-carte pay channel(s) offered under any such promotional scheme shall be considered as maximum retail price(s) during the period of such promotional scheme:

Provided also that the provisions of Regulations and Tariff Orders notified by the Authority shall be applicable on the price(s) of a-la-carte pay channel(s) offered under any such promotional scheme.

(5) Every broadcaster, before making any change in the nature of a channel or in the maximum retail price of a pay channel or in the maximum retail price of a bouquet of pay channels or in the composition of a bouquet of pay channels, as the case may be, shall follow the provisions of all the applicable Regulations and Orders notified by the Authority, including but not limited to the publication of Reference Interconnection Offer.

**4. Declaration of network capacity fee and manner of offering of channels by distributors of television channels.**—(1) Every distributor of television channels shall declare network capacity fee, per month, payable by a subscriber for availing a distribution network capacity so as to receive the signals of television channels:

Provided that the network capacity fee, per month, for network capacity upto initial one hundred SD channels, shall, in no case, exceed rupees one hundred and thirty, excluding taxes:

Provided further that the network capacity fee, per month, for network capacity in the slabs of twenty five SD channels each, beyond initial one hundred channels capacity referred to in first proviso to sub-clause (1), shall, in no case, exceed rupees twenty excluding taxes:

Provided also that one HD channel shall be treated equal to two SD channels for the purpose of calculating number of channels within the distribution network capacity subscribed.

(2) Every distributor of television channels shall offer all channels available on its network to all subscribers on a-la-carte basis and declare distributor retail price, per month, of each pay channel payable by a subscriber:

Provided that the distributor retail price, per month, payable by a subscriber to a distributor of television channels for subscribing to a pay channel shall, in no case, exceed the maximum retail price, per month, declared by the broadcasters for such pay channel.

(3) Every distributor of television channels shall offer to all subscribers each bouquet of pay channels offered by a broadcaster, and for which interconnection agreement has been signed with that broadcaster, without any alteration in its composition and declare the distributor retail price, per month, for such bouquet payable by a subscriber:

Provided that the distributor retail price, per month, payable by a subscriber to a distributor of television channels for subscribing to a bouquet of pay channels offered by the broadcaster shall in no case exceed the maximum retail price, per month, declared by the broadcasters for such bouquet of pay channels:

Provided further that such bouquet shall not contain any pay channel for which maximum retail price per month declared by the broadcaster is more than rupees nineteen:

Provided further that such bouquet shall not contain any free-to-air channel:

Provided also that such bouquet shall not contain both HD and SD variants of the same channel.

(4) It shall be permissible for a distributor of television channels to offer bouquet(s) formed from pay channels of one or more broadcasters and declare distributor retail price(s) , per month, of such bouquet(s) payable by a subscriber:

Provided that such bouquet shall not contain any pay channel for which maximum retail price per month declared by the broadcaster is more than rupees nineteen:

Provided further that the distributor retail price per month of such bouquet of pay channels shall not be less than eighty five percent of the sum of distributor retail prices per month of a-la-carte pay channels and bouquet(s) of pay channels forming part of that bouquet:

Provided further that the distributor retail price per month of a bouquet of pay channels offered by a distributor of television channels shall, in no case, exceed the sum of maximum retail prices per month of a-la-carte pay channels and bouquet(s) of pay channels, declared by broadcasters, forming part of that bouquet:

Provided further that such bouquet shall not contain any free-to-air channel:

Provided also that such bouquet shall not contain both HD and SD variants of the same channel.

*Explanation:* For the removal of doubt it is hereby clarified that a distributor of television channels while forming bouquet under this clause shall not break a bouquet of pay channels offered by a broadcaster to form two or more bouquet(s) at distribution level.

(5) It shall be permissible for a distributor of television channels to offer bouquet(s) formed from free-to-air channels of one or more broadcasters.

(6) No distributor of television channels shall charge any amount, other than the network capacity fee, from its subscribers for subscribing to free-to-air channels or bouquet(s) of free-to-air channels.

(7) Within the distribution network capacity subscribed, in addition to channels notified by Central Government to be mandatorily provided to all the subscribers, a subscriber shall be free to choose any free-to-air channel(s), pay channel(s), or bouquet(s) of channels offered by the broadcaster(s) or bouquet(s) of channels offered by distributors of television channels or a combination thereof:

Provided that if a subscriber opts for pay channels or bouquet of pay channels, he shall be liable to pay an amount equal to sum of distributor retail price(s) for such channel(s) and bouquets in addition to network capacity fee.

(8) Subject to sub-clause (1) of clause 4, a distributor of television channels shall not increase the network capacity fee for a period of six months from the date of such notification:

Provided that a distributor of television channels, before making any change in the network capacity fee, shall at least thirty days prior to the scheduled change ---

(a) inform the Authority; and

(b) inform the subscribers by running scroll on the channel.

**5. Offering of basic service tier by distributors of television channels.**—(1) Every distributor of television channels shall offer at least one bouquet, referred to as basic service tier, of one hundred free-to-air channels including all the channels to be mandatorily provided as notified by the Central Government to all the subscribers and such bouquet shall contain at least five channels of each genre as referred to in the Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services Interconnection (Addressable Systems) Regulations, 2017:

Provided that in case sufficient number of free-to-air channels of a particular genre are not available on the network, the distributor of television channels shall be free to include the channels of other genres.

*Explanation:* For removal of any doubt it is hereby clarified that such bouquet shall be one of the options available to a subscriber. However, the subscriber, as per his requirement, shall have complete freedom to choose either bouquet of basic service tier or any other bouquet of pay channels or any other bouquet of free-to-air channels or a-la-carte pay channels or a-la-carte free-to-air channels available on the platform of the distributor of television channels or a combination thereof.

**PART III****REPORTING BY SERVICE PROVIDERS**

**6. Reporting requirement by broadcasters.**—(1) Every broadcaster shall, within ninety days from the date of commencement of this clause, furnish the following information to the Authority, namely:—

- (a) name, nature, language of each channel offered by the broadcaster;
- (b) maximum retail price, per month, of each pay channel, if any, offered by the broadcaster;
- (c) list of all bouquets of pay channels, if any, offered by the broadcaster along with respective maximum retail prices, per month, of each bouquet and names of all the pay channels contained in each such bouquet:

Provided that first such report shall be simultaneously published on the website of the broadcaster:

Provided further that any subsequent change in, name, nature, language, maximum retail prices, per month, of channels and maximum retail price, per month, or composition of bouquets, as the case may be,—

- (a) shall be reported to the Authority at least thirty days prior to such change; and
- (b) shall also be simultaneously published on the website of the broadcaster.

(2) Every broadcaster who, after the commencement of this Order,-----

- (a) introduces any new channel; or
- (b) introduces any new bouquet of pay channels ; or
- (c) discontinues any channel ; or
- (d) discontinues any bouquet of pay channels;

shall, at least thirty days prior to such introduction or discontinuation, furnish to the Authority, the following information, namely:—

- (i) name, nature, language of the channel to be introduced or discontinued;
- (ii) the date on which such channel is to be introduced or discontinued;
- (iii) the maximum retail price, per month, of the pay channel;
- (iv) names of all the constituent pay channels of the bouquet to be introduced or discontinued along with maximum retail price, per month, of such bouquet:

Provided that such information relating to introduction or discontinuation of channel(s) or bouquet(s) shall be simultaneously published on the website of the broadcaster:

Provided further that any subsequent change in, name, nature, language, maximum retail prices of channels so introduced and maximum retail price or composition of bouquet so introduced, as the case may be,—

- (a) shall be reported to the Authority at least thirty days prior to the change; and
- (b) shall also be simultaneously published on the website of the broadcaster.

**7. Reporting requirement by distributors of television channels.**—(1) Every distributor of television channels shall, within thirty days from the date of commencement of this Order, furnish the following information to the Authority, namely:—

- (a) network capacity fee, per month, payable by a subscriber for 100 SD channels;
- (b) network capacity fee, per month, payable by a subscriber for each additional 25 SD channels;
- (c) list of all channels along with their respective name, nature, language available on its distribution platform;
- (d) distributor retail price, per month, of each pay channel available on its distribution platform;
- (e) list of all the bouquets of pay channels formed by broadcasters which are available on its distribution platform, along with their respective distributor retail price , per month, and names of constituent pay channels thereof;
- (f) list of all the bouquets of pay channels formed by it which are available on its distribution platform, along with their respective distributor retail price, per month, and names of constituent pay channels thereof;
- (g) list of all the bouquets of free-to-air channels available on its distribution platform along with names of constituent free-to-air channels thereof;

Provided that first such report shall also be simultaneously published on the website of the distributor of television channels:

Provided further that any subsequent change in network capacity fee, name, nature, language, distributor retail prices of pay channels, distributor retail price or composition of bouquet of pay channels and composition of bouquet of free-to-air channels, as the case may be,---

- (a) shall be reported to the Authority at least fifteen days prior to the change; and
- (b) shall also be simultaneously published on the website of the distributor.

(2) Every distributor of television channels who commences its services after coming into force of this Order shall submit to the Authority, the report containing the information as required under sub-clause (1) of this clause, before commencement of its services and thereafter any changes in respect of such information shall be reported at least fifteen days prior to the change.

#### PART IV

#### MISCELLANEOUS

**8. Designation of compliance officer and his obligations.**—(1) Every broadcaster and distributor of television channels shall, within thirty days from the date of commencement of this clause, designate a compliance officer.

(2) Every broadcaster and distributor of television channels who commences its operations after the coming into effect of this Order shall, within thirty days from the date of commencement of its operations, designate a compliance officer.

(3) Every broadcaster or distributor of television channels, as the case may be, shall, within thirty days from the date of designation of the compliance officer under the provisions of this clause, furnish to the Authority the name, complete address, contact number and e-mail address of the compliance officer along with authenticated copy of the board's resolution authorizing the designation of such compliance officer:

Provided that the distributor of television channel, which is not a company, shall, within thirty days from the date of designation of the compliance officer under the provisions of this clause, furnish to the Authority the name, full address, contact number and e-mail address of the compliance officer along with authenticated copy of the authorization letter authorizing the designation of such compliance officer.

(4) In the event of any change in the name of the compliance officer so designated under provisions of this clause, the same shall be reported to the Authority by the service provider within thirty days from the date of occurrence of such change along with authenticated copy of the board's resolution or authorization letter, as the case may be.

(5) In the event of any change in the address or contact number or email address of the compliance officer, the same shall be reported to the Authority by the service provider within ten days from the date of occurrence of such change.

(6) The compliance officer shall be responsible for --

- (a) generating awareness for ensuring compliance with the provisions of this Order;
- (b) reporting to the Authority, with respect to compliance with this Order and directions of the Authority issued under this Order; and
- (c) ensuring that proper procedures have been established and are being followed for compliance of this Order.

(7) The provisions contained in the sub-clause (6) shall be in addition to the liability of the service provider to comply with the requirements laid down under this Order.

**9. Power of Authority to intervene.**—(1) The Authority may, by order or direction made or issued by it, intervene in order to secure compliance of the provisions of this Order, or protect the interests of subscribers and service providers of the broadcasting services and cable services, or promote and ensure orderly growth of the broadcasting services and cable services, or facilitate competition and promote efficiency in the operation of broadcasting services and cable services so as to facilitate growth in such services.

**10. Repeal and Saving.**—(1) The Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services (Third) (CAS Areas) Tariff Order, 2006, along with all its amendments and directions issued there under are hereby repealed.

(2) All the provisions of, the Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services (Second) (Addressable Systems) Tariff Order, 2010 and all its amendments and directions issued there under, except the provisions applicable to commercial subscribers are hereby repealed.

(3) The Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services (Fifth) (Digital Addressable Cable TV Systems) Tariff Order, 2013 along with all its amendments and directions issued there under are hereby repealed.

(4) The repeal under sub-clause (1), (2) and (3) of this clause shall not affect-

- (a) the previous operation of the repealed order(s) or anything done or any action taken under the repealed order(s);
- or

- (b) any right, privilege, obligation or liability acquired, accrued or incurred under the order(s) so repealed; or
- (c) any penalty, forfeiture or punishment incurred in respect of any offence committed against the order(s) so repealed; or,
- (d) any investigation, legal proceeding or remedy in respect of any such right, privilege, obligation, liability, penalty, forfeiture or punishment as aforesaid and any such investigation, legal proceeding or remedy may be instituted, continued or enforced, and any such penalty, forfeiture and punishment may be imposed, as if the aforesaid order(s) had not been repealed.

SUDHIR GUPTA, Secy., TRAI

[ADVT.-III/4/Exty/455/16]

**Note.**—The Explanatory Memorandum annexed to this Order explains the objects and reasons of the Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services (Eighth) (Addressable Systems) Tariff Order, 2017.

### Annexure

## EXPLNATORY MEMORANDUM

### **I. Background**

1. Regulation of broadcasting and cable services was entrusted to the Telecom Regulatory Authority of India (hereinafter referred to as the Authority) in 2004. The sector then was analogue, **non-addressable**, and looked largely unregulated, without operational transparency, experienced price fluctuations and had conflict of interests amongst the stakeholders. Television channels were offered to subscribers in pre-determined bouquets of channels. TRAI issued the first tariff order for broadcasting and cable services on 15th January 2004 wherein the prices of TV channels and bouquets that existed in the non-addressable regime as on 26<sup>th</sup> December, 2003 were frozen.
2. The legacy analogue systems in the non-addressable era lacked transparency. While broadcasters were holding a view that distributors of television channels were under reporting the total number of subscribers viewing their channels, distributors of television channels argued that broadcasters demanded an unjustified hike in subscriber base year on year. Further their demand for charges per channel was unjustifiably high. These differences of opinion frequently turned in litigations adversely impacting smooth business resulting in adverse consumers experience. The distribution models were heavily skewed in favour of advertisement driven revenues due to difficulties in maintaining transparency in the flow of subscription revenues across the analog value chain. The major thrust by the broadcasters was to ensure that their channels reached the large number of viewers in order to maximize advertisement revenue. This approach encouraged broadcasters to provide their channels to MSOs/LCOs in a bouquet form. The bouquets were sometimes formed so as to contain only few popular channels, while rest of the channels in the bouquet did not offer value for money to the subscribers. The price of these not so popular channels was usually passed on by the MSOs/LCOs to the subscribers. While doing so, no consideration was given to subscriber choice. This skewed model was fraught with discrimination and non-transparent practices and resulted in a large number of disputes affecting growth of the broadcasting sector relating to television as a whole.
3. In view of limitations of analogue TV distribution platforms both in terms of channel carrying capacity and quality of the television signals vis-a-vis the advantages of digital addressable platforms, TRAI initiated efforts towards digitalization of cable TV distribution networks. TRAI recommended in August 2010 that the process of digitisation may be executed in four phases for creating a conducive regulatory framework. The Government amended the Cable TV Act on 25<sup>th</sup> October 2011 and the rules made thereunder on 28<sup>th</sup> April 2012 which led to the implementation of the Digital Addressable Cable TV System in India. The digitalization process was envisaged to be completed in four phases. Of these, the first three phases have been completed to a large extent and the final phase is slated for completion by March 2017.
4. During the discussions in the Parliament on the motion for consideration of the Cable Television Networks (Regulation) Amendment Bill, 2011, the then Minister of Information and Broadcasting, Smt. Ambika Soni, *inter-alia* stated:

*“Digitalization will carry with it a large number of benefits for every stakeholder. The most important benefit flows to the common man, who is the most important stakeholder of course. **Digitalization will enable the consumer to exercise a la carte selection of channels, get better picture quality, access to Value Added Services like Triple Play, Video on Demand, etc.** For the Broadcasters and Cable Operators, who are both Service Providers, the system will ensure transparency, fairness and allow complete addressability, resulting in increase in subscription revenue and reducing their dependence on TRPs as also advertising revenue.”*(emphasis provided)

5. With digitalisation, though the addressability, capacity and quality of signal of cable TV networks have improved. However, the real benefits of digitalisation such as, choice of selecting channels on a-la-carte basis and availability of multimedia services have yet not reached the subscribers. Bundling of channels by broadcasters and pushing their channels to maximum number of subscribers continue even in the present digital addressable domain as the broadcasters continue to offer huge discounts on bouquets. Broadcasters very often provide incentives to distributors of television channels for carrying all their channels in a particular bouquet. MSOs, who did not agree to the conditions for availing such discounts, end up getting signals only on RIO rates, which are very high resulting in discrimination and non-transparency. As such the issues related to availability of channels on a-la-carte basis, transparency in pricing, non-discrimination and level playing field continued even after introduction of addressability.
6. Further there are concerns about maintaining transparency in the flow of subscription revenues across the value chain. Collection of subscription revenue from subscribers is not reflected transparently in Subscriber Management System (SMS) resulting in non-transparent flow of revenue between LCOs, MSOs and broadcasters. Huge pendency of payments to different stakeholders results in disconnection of signals impacting quality of experience of viewers and resulting in litigations at various levels.
7. Due to non transparent and discriminatory practices, a large number of disputes have taken place among the various stakeholders and channels are frequently blocked or discontinued from the platforms without any intimation to subscribers. This results in viewer dissatisfaction and in avoidable complaints.
8. TV has become an important entertainment tool and it has transcended across different social strata of society. While subscribers want freedom to choose affordable a-la-carte channels and bundled TV broadcast services as per their preferences and paying capacity, broadcasters generally want to ensure maximum eyeballs to ensure higher advertisement revenues. In order to address these complex and conflicting issues, a comprehensive review of the existing regulatory framework was undertaken by TRAI to create an enabling environment ensuring transparency, non-discrimination, subscriber protection and growth of the sector, which includes tariff, interconnection and quality of service. As a part of this exercise, TRAI issued a consultation paper on "Tariff issues related to TV services" on 29th January 2016. The objectives of the consultation were:-
  - i. To carry out a review of existing Tariff framework and developing a Comprehensive Tariff Structure for Addressable TV Distribution of "TV Broadcasting Services" across Digital Broadcasting Delivery Platforms (DTH/ Cable TV/ HTS/ IPTV) at wholesale and retail level.
  - ii. To ensure that the tariff structure is simplified and rationalized so as to ensure transparency and equity across the value chain.
  - iii. To reduce the incidence of disputes amongst stakeholders across the value chain encouraging healthy growth in the sector.
  - iv. To ensure that subscribers have adequate choice in the broadcast TV services while they are also protected against irrational tariff structures and price hikes.
  - v. To encourage the investment in the TV sector
  - vi. To encourage production of good quality channels across different genres.
9. In response, a total of 60 comments and 10 counter-comments were received from stakeholders including consumers. Subsequently, two Open House Discussions (OHDs) were held, first on 8th April 2016 in New Delhi and second on 21st April 2016 at Raipur, Chhattisgarh, where the issues were discussed at length with the stakeholders present.
10. TRAI issued the draft Telecommunication (Broadcasting and Cable Services) (Eighth) (Addressable Systems) Tariff Order, 2016 (draft TTO) on 10<sup>th</sup> October 2016 to maintain complete transparency while bringing change in existing regulatory framework. Stakeholders were asked to offer their comments, if any, on proposed tariff framework by 24<sup>th</sup> October, 2016. However, on the request from stakeholders, last date for receiving comments was extended to 15<sup>th</sup> November 2016. In response a total of 135 comments were received from stakeholders. Based on the comments/views of the stakeholders and the analysis, various provisions of the Telecommunication (Broadcasting and Cable Services) (Eighth) (Addressable Systems) Tariff Order, 2017 (hereinafter referred to as Tariff Order) have been finalised.
11. While finalising the tariff framework, the Authority noted that in the broadcasting service relating to television value chain, there are three main stakeholders – broadcasters, distributors of television channels including LCOs and subscribers/viewers. Broadcasters provide channels. Distributors of television channels including LCOs establish their networks for distributing TV signals obtained from broadcasters to their subscribers/viewers. Subscribers pay price for the TV services they get from distributors of television channels. Broadcasters tend to recover the price of their channels; distributors of television channels tend to recover the capital and operational

expenditure on their networks and subscribers/viewers look for uninterrupted service, good quality of channels, affordable pricing and adequate choice in a transparent manner.

12. As discussed in para 2 above, existing tariff model has resulted in revenue of the broadcasters being heavily skewed from advertisements. Heavy dependence of broadcasters on advertisement revenue has influenced type of channels being developed for increasing eyeballs. This has resulted in minimal investments in niche channels having lesser eyeballs, and also bundling of not so popular channels in basic service tier package to widen its reach. While doing so, the subscriber choice has been greatly neglected.
13. In the current scenario (prior to notification of this TTO) , the wholesale transactions between broadcasters and distributors of television channels are being carried out in different modes such as:
  - (a) Fixed fee (lump sum) deals in which either entire/all TV channels of the broadcaster (including its group companies) or for a part of their channels are taken at the fixed annual price irrespective of the number of subscribers viewing such channels.
  - (b) Cost per subscriber (CPS) deals in which a broadcaster gives all or a group of its channels to a distributor of television channels at a fixed charge per subscriber irrespective of the fact that whether subscribers opt for all or few of the channels.
  - (c) RIO based deals as per notified RIO by broadcasters. In these deals the broadcasters ask for the RIO price per channel notified by it. Such prices are pitched very high as compared to those offered under a CPS deal or a fixed fee deal. As a result distributors of television channels are generally forced to negotiate with the broadcasters, and/or settle for a CPS or a fixed fee deal which in effect translate into non transparent deals.
14. All these deals are generally non-transparent and discriminatory in pretext of mutual negotiations thus in a way flouting the regulatory framework. Further, hugely discounted prices under fixed fee deal or CPS deal ensure that most of the channels are pushed to the customers irrespective of their choice. It is due to this fact that a common basic bouquet presently consists of approximately 200 channels whereas a subscriber usually does not view/ flip through more than 30 to 40 channels. This scenario negates the very purpose and intent of the legislature placing the Broadcasting and Cable Service Industry in the hands of a Regulator with specific power to notify the rates at which Broadcasting Services are to be made available.
15. In view of above, the Authority envisions that the new regulatory framework must ensure-
  - (i) transparency, non-discrimination, non-exclusivity for all stakeholders in value chain,
  - (ii) affordable TV services for subscribers/ customers,
  - (iii) adequate and real choice to subscribers/customers and,
  - (iv) alignment of commercial interests of broadcasters and distributors of television channels to enable the distributors of television channels to recover their network and distribution cost and the broadcasters to monetize their channel prices.
16. In response to the draft TTO, in addition to comments on the specific provisions, stakeholders have provided some general comments on the overall tariff framework, which are discussed in the following section:

## II. General comments of stakeholders on draft TTO

17. In response to the draft TTO, most of the broadcasters including one of their associations mentioned that broadcasters are akin to broadcast organizations, which come under the purview of the Copyright Act. They further mentioned that the Copyright Act is a complete code and comprehensively covers all aspects of licensing, assignment, payment of royalties, tariff fixation, distribution schemes and other considerations by Copyright Societies. It also encompasses provisions for enforcement against infringements/piracy and implementation of technological protection measures in respect of works of authors and broadcasting reproduction rights (BRR) of broadcast organisations. They are of the opinion that various provisions of the draft TTO are in conflict with the provisions of the Copyright Act, 1957 as they impose limitations and restrictions on the nature of content, prices of channels, discounting, commissions, manner of offering, ability to classify subscribers (e.g. commercial establishments) and seek differential tariff, duration of license, the geographical territory of operation etc. They further suggested that any provision of draft TTO which impinge on the rights granted under the Copyright Act ought to be harmonised.
18. Some broadcasters have also argued that the draft TTO is in the nature of sub-ordinate legislation/delegated legislation and it should yield to the statute i.e. Copyright Act because they are violating the provisions of Copyright Act.

19. Having considered the aforesaid view, it appears that the aforementioned objectors seem to harbor a misconception that there is an overlap of the Copyright Act and the TRAI Act. The jurisdictions set out in both the Copyright Act and TRAI Act are completely different for the reasons stated in below paragraph.
20. TRAI is a statutory body established under sub-section (1) of Section 3 of the TRAI Act, 1997 and has been mandated to discharge the statutory functions prescribed under the said Act. The Act, as originally enacted, did not include "Broadcasting Services" within its ambit. However, the Parliament realizing the importance and the need to regulate this industry amended the TRAI Act and included the Proviso to section 2(1)(k) that enabled the Central Government to notify Broadcasting Services as a "telecommunication service". Pursuant to the said amendment in 2004, the Central Government issued two Notifications both dated 09.01.2004 that, among other things, notified "Broadcasting Services" as telecommunication service and affirmed the jurisdiction of the TRAI to regulate the said sector with regard to certain matters in addition to the powers available to it in terms of the Act. Moreover, S.O. 45 (E) issued as part of the Notification No. 39 dated 09.01.2004 in express terms entrusted the additional function to the TRAI of specifying standard norms for and periodicity of revision of rates of pay channels including interim measures.
21. The main functions entrusted to TRAI under the TRAI Act are to regulate tariff, interconnection and quality of service of telecommunications services. The regulations and orders to regulate tariff, interconnection and quality of service are issued after wide public consultations. The regulations, orders and directions to regulate tariff, interconnection and quality of service of "Broadcasting Services" sector are in place since 2004 and broadcasters are complying with the provisions contained therein.
22. Broadcasters are also required to obtain permission from Ministry of Information and Broadcasting (MIB) before broadcasting their channels in India in accordance with the Policy guidelines for downlinking of television channels dated 5<sup>th</sup> December, 2011 issued by MIB. The clause 5.10 of the said policy guidelines clearly states as under:  

*"The company/channel shall adhere to the norms, rules and regulations prescribed by any regulatory authority set up to regulate and monitor the Broadcast Services in the country."*
23. Further Rule 9 and Rule 10 of Cable Television Networks Rules, 1994 clearly empowers TRAI to specify the tariff, interconnection and quality of services standards for service providers which include broadcasters.
24. The regulatory measures taken by the TRAI have been tested time and again before the Hon'ble Courts. While, upholding the jurisdiction of the TRAI in the matter of fixation and revision of tariffs, the Hon'ble Courts have, however, thought it fit to remand the matter back to TRAI for fresh consideration in given cases. In this regard, some of the judicial pronouncements may be taken note of:-
  - (i) Shortly after the Notifications dated 09.01.2004 were issued, the TRAI in exercise of the powers conferred by section 11(2) as well as the said Notifications issued The Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services Tariff Order 2004 freezing the rates of TV channels as on 26.12.2003. Subsequently, further orders were issued permitting hikes in the said rates. Section 2(1)(k) Proviso as well as the aforementioned Tariff Orders came to be challenged before the Hon'ble Delhi High Court by M/s. Star India Pvt. Ltd. By a judgment dated 09.07.2007 reported as 146 (2008) DLT 455, the Hon'ble Delhi High Court was pleased to uphold the validity of section 2(1)(k) Proviso, the jurisdiction of the TRAI to regulate the "Broadcasting Services" sector and the impugned Tariff Orders themselves. The aforementioned judgment was challenged before the Hon'ble Supreme Court which rejected the challenge vide order dated 03.01.2008.
  - (ii) Vide Notification dated 03.08.2006, the TRAI had prescribed a tariff ceiling of Rs.5 per pay channel per month per subscriber in the CAS Areas. Again, this was challenged before the Hon'ble TDSAT. By a judgment titled as SET Discovery Pvt. Ltd. v. TRAI & Ors. in Appeal No. 10(C) of 2006 dated 27.02.2007 in , the Hon'ble TDSAT was pleased to uphold the jurisdiction of the TRAI to fix tariff and prescribe a ceiling as well as lay down a ratio of 45:55 of distributing revenue between the broadcaster and the DPOs/LCOs. Subsequently, in Noida Software Technology Park vs. Media Pro Enterprises India Pvt. Ltd. in Petition No.295 (C) of 2014 dated 07.12.2015 – the Hon'ble TDSAT was pleased to reiterate the aforesaid pronouncement. A Statutory Appeal carried from the Hon'ble TDSAT judgment in Noida Software Technology Park vs. Media Pro Enterprises India Pvt. Ltd. was dismissed by the Hon'ble Supreme Court vide order dated 26.02.2016 in Civil Appeal No. 1446 of 2016.
  - (iii) In certain other cases, the Hon'ble Courts while finding fault with the Tariff Orders issued by the TRAI have been pleased to remand the matter back to the TRAI for fresh consideration. In this regard, the judgment titled as MSO Alliance Industrial Area v. TRAI in Appeal No. 9(C) of 2006 dated 15.01.2009 and Centre for Transforming India vs. TRAI in Appeal No.1(C) of 2014 dated 28.04.2015 of the TDSAT as well as orders of the Hon'ble Supreme Court in TRAI vs. Set Discovery Pvt. Ltd. dated 28.02.2014 in

Civil Appeal No.829-833/2009 and Indian Broadcasting Federation and Anr. vs. Center for Transforming India & Anr. dated 04.08.2015 in Civil Appeal No.5159-5164 / 2015 may be taken note of.

25. It is, therefore, apparent that there can be no doubt whatsoever that the TRAI has the jurisdiction to regulate the “Broadcasting Services” sector; in fact it is the stakeholders themselves who have pressed and obtained orders time and again from Hon’ble Courts directing the TRAI to consider matters afresh including on aspects of fixation of pay channel tariff. In the circumstances, objections raised by various stakeholders to the jurisdiction of the TRAI to regulate the “Broadcasting Services” sector are clearly misconceived. This in fact is also affirmed by Rule 9 of the Cable Television Network (Regulation) Rules, 1994.
26. It has also been argued, that notwithstanding the authority of the TRAI as set out above, since the regulatory measures proposed to be undertaken would interfere with the exercise of their rights and entitlements under the Copyright Act, 1957, these measures to the aforesaid extent, therefore, are ultra vires the Act and, therefore, the powers of the TRAI. This objection has two distinct though connected heads :-
  - (i) The regulatory measures which mandate the provision of channels on a non-discriminatory basis to all DPOs are violative of the rights of Broadcasters under, inter alia, section 37 of the Copyright Act, 1957, as well as Article 19 (1)(g) of the Constitution. In other words, these regulatory measures unlawfully interfered with their “freedom to contract” as protected under section 37 and Article 19(1)(g).
  - (ii) Connected with this assertion is the contention on behalf of Broadcasters that the prescription of ceiling of tariff as well as the “must provide” regulatory measures prevents them from monetizing the content of their broadcast and the exercise of their broadcasting reproduction right under section 37 of the Copyright Act, 1957.
27. The authority has considered these objections, and after due consideration, has arrived at a conclusion that since the Copyright Act, 1957 and the TRAI Act operate in two different fields altogether, there is no question either of an overlap or a conflict as is being made out by some of the stakeholders. Whereas the Copyright Act, 1957 deals with “content” and the rights emanating from and associated with the same, the TRAI Act and the powers conferred on the authority thereunder operate in a completely distinct field inasmuch as by the regulatory measures, the authority is proposing to regulate the manner in which services are provided by the various entities in this sector and that ultimately must be for the benefit of the subscriber and growth of the industry.
28. Perhaps, the most crucial factor in the regulation of broadcasting services is the transparent declaration of rates of television channels and manner in which such services are made available to the end subscriber/viewer. Manner of offering of pay channels is, therefore, central to effective and meaningful regulation of the Broadcasting Services. The TRAI is conscious, however, of the scope and ambit of its regulatory power is in relation to channel pricing (a-la-carte and bouquet pricing) and the correlation between pay channels being offered as a-la-carte and bouquet in order to ensure transparent and meaningful and not a forced or truncated choice to the end users/subscribers. The TRAI does not, therefore, enter upon the domain of pricing individual components of content that comprise a pay channel, such individual components being the domain of content producers (including broadcasters) who may exploit their works under the Copyright Law, whether in the form of Broadcast Reproduction Rights or any other right.
29. With regard to the objections pertaining to ‘must provide’ it is relevant to mention, that these provisions that have been in existence since 2004 and in fact, were tested before the Hon’ble TDSAT in the context of various arguments of the Copyright Act, 1957 in Noida Software Technology Park vs. Media Pro Enterprises India Pvt. Ltd. The Hon’ble TDSAT was pleased to reject the aforementioned contentions and was pleased to hold that these “must provide” provisions are not in any way vitiated on account of any of the rights and entitlements of the Broadcasters under the Copyright Act, 1957 including Broadcasting Reproduction Rights under section 37 of the Act and as stated above the Statutory Appeal preferred against the Hon’ble TDSAT judgment in NSTPL was dismissed by the Hon’ble Supreme Court vide order dated 26.02.2016 in Civil Appeal No. 1446 of 2016 .
30. It has also been asserted that, notwithstanding all the above, with the amendment of Copyright Act, 1957 in 2012, the jurisdiction of the TRAI has been ousted inasmuch as the Copyright Act, 1957 now clearly occupies the areas that had previously been covered by the regulatory measures of TRAI i.e. by the introduction of section 33A and Rule 56 of the Copyright Rules, 2013, there is now the provision for a “tariff scheme”. This arises from a flawed understanding of the distinct subject matters and areas of operation of the TRAI Act and the Copyright Act. A perusal of section 33A and Rule 56 of the Copyright Act clearly establishes that this “tariff scheme” deals with “royalty” payable to the actual owners of a copyright. This has nothing to do with the prescription of tariff of TV channels. At best, this is only another argument of monetization which, as explained above, operates in a different sphere altogether and does not in fact survive in the regulatory regime being introduced presently.
31. As such, there is no ambiguity as regards the powers entrusted to the Authority under the TRAI Act to regulate the broadcasting and cable service providers in order to carry out the assigned mandate including that of

protecting the interests of viewers of the sector. The issue of jurisdiction of the TRAI over broadcasters has been well settled by judgments of Hon'ble Courts from time to time. The power for fixation of tariff is well within the competence of the Authority with regard to broadcasters also.

32. Some stakeholders are of the view that the draft TTO does not meet the threshold of transparency mandated by Section 11(4) of the TRAI Act, 1997, as TRAI has in the past affirmatively concluded in its various prior papers and consultations that TV Channels are "esteemed" needs for viewers. According to them, the present draft TTO proceeds on the erroneous premise that Pay TV channels are essential services and there is no evidence of market failure.
33. The contention of the stakeholders is wrong and has no basis as there exist no such presumption that Pay TV channels are essential services either in the Consultation paper dated 29<sup>th</sup> January 2016 or in the draft TTO. Further it is not necessary that a regulator can regulate only essential services. There is no legal or constitutional bar or limit that only essential services can be regulated. The Parliament of India by its own wisdom has established TRAI under TRAI Act to regulate telecommunications services including broadcasting and cable services. In fact, a bare reading of Section 11(1) of the TRAI Act clears the position that TRAI has been given wide powers to regulate the Broadcasting industry without any limitation being imposed with respect to regulation of only essential services. Further, Hon'ble TDSAT in its judgment dated. 27<sup>th</sup> February 2007 in the case of Set Discovery Vs. TRAI & Others observed that:

*"Cable broadcasting may not be an essential commodity in the sense that it is not an item of food without which one cannot survive, yet looking to the figures of TV viewership in this country its importance cannot be underestimated. Available figures suggest a TV viewership of 68 million for the whole country. This shows that television viewing has almost attained the status of an essential service in this country."* (emphasis provided)

34. As far as the market failure is concerned, it is a well established fact that the main purpose for which addressability introduced was to ensure transparency across the value chain and to ensure adequate choice and better quality services to subscribers at affordable rates. While the broadcasting industry has witnessed tremendous growth in the last decade in terms of increase in number of channels, exponential increase in revenues of broadcasters and distributors of television channels but still the effective choice is not made available to the subscribers. Number of disputes among stakeholders has also grown. This indicates that all is not well within the industry. Even today, a-la-carte choice of TV channels for subscriber is illusory either because a-la-carte rates of TV channels are disproportionately high in comparison to bouquets which forces subscribers to opt for bouquets or they are simply denied the a-la-carte choice by distributors of television channels. The main reason for this cited by the distributors of television channels is the economic un-viability as they usually do not get a-la-carte channels from broadcasters simply because the wholesale a-la-carte rates of channels are too high and the bouquets are heavily discounted even to the extent of 90% of the sum of a-la-carte rates of channels. Even cursory reading of data submitted to TRAI under Register of Interconnection Agreement Regulations and RIOs by broadcasters reveals that there is a huge difference between the rates declared in RIO and the rates at which actual deals are taking place in the market. This is even acknowledged by Hon'ble TDSAT in NSTPL judgment that actual deals are happening at much lower prices than that of RIO prices, rendering the RIO as a meaningless exercise. Even after the NSTPL judgment, the RIOs submitted by broadcasters continues to have unrealistically high a-la-carte rates and heavily subsidized bouquet rates. This is forcing distributors of television channels to opt for bouquets for their economic survival and thus they are not offering a-la-carte choice of channels to the subscribers. Therefore it is evident that fruits of addressability have not been passed on to the subscribers and subscribers are not able to exercise their choice in subscribing to channels. This clearly indicates to market failure. Therefore, it was incumbent on TRAI to issue a tariff order which protects the interests of subscribers and service providers and at the same time ensures orderly growth of the sector. It is worth noting here that there is no legal bar that TRAI cannot make regulation or issue a tariff order without the evidence of market failure. Even in absence of market failure, TRAI can issue tariff orders and regulations for orderly growth of the sector and to ensure customer/ subscriber protection.
35. Some broadcasters have stated that the provisions of draft TTO will negatively impact their advertising revenues. No specific reasons as to how it will adversely impact the advertisement revenue have been indicated in the comments. As such, they wanted that TTO should be modified to protect their interests.
36. In order to understand the concerns of the broadcasters, it is important to understand the prevailing business model. Broadcasters get revenue from two streams viz advertisements from advertisers and subscription revenue from the subscribers. The advertisement revenue directly depends on the eyeballs linked with a given program. Broadcasters during discussions on tariff issue pointed out that they lack control on pricing of channels to customers. They argued that since retail level pricing remains with the distributors of television channels and they offer their channels at wholesale level to distributors of television channels, any reduction in price at wholesale

level does not get passed on to subscriber impacting their power to maximize advertisement revenue. They requested the Authority to give them freedom so that broadcasters can maximize the revenue by optimizing their advertisement revenue and subscription revenue. Accordingly, the Authority, in the Tariff Order, has given flexibility to broadcasters to decide retail price directly to the customers/ subscriber in the form of maximum retail price of their channels, which is at present decided by the distributors of television channels. It will provide flexibility to broadcasters to optimise the retail price of their pay channels in such a way that they can maximise their sum of revenue from subscription and advertisements. This will also empower broadcasters to provide good quality channel or reduce the price of the channel if they so desire to enhance its viewership and get better advertisements revenues.

37. Most of the broadcasters and their associations have mentioned that in the definition of subscriber mentioned in the draft TTO differentiation between ordinary and commercial subscriber has been done away with. They have further mentioned that the TRAI has not undertaken any consultation on whether there is a need to completely do away with the distinction that legally exists between a 'commercial subscriber' and an 'ordinary subscriber'. Broadcasters have stated that the issue of commercial establishments is at odds with Copyright Laws in as much as the Copyright Act clearly provides Broadcast Organisations the right to charge differential rates of royalties and license fees on commercial establishments vis-à-vis domestic/residential subscribers.
38. The provisions relating to commercial subscribers are prescribed in Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services (Fourth) (Addressable Systems) Tariff Order, 2010. However, the provisions applicable to commercial subscribers were challenged by some broadcasters in TDSAT. The petitions are pending before Hon'ble TDSAT. Accordingly the Authority has decided to continue with the provisions applicable for commercial subscribers specified in the Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services (Fourth) (Addressable Systems) Tariff Order, 2010. The present TTO does not deal with commercial subscriber.
39. Some stakeholders are of the view that definition of 'distribution platform' should include OTT and Doordarshan. They further suggested that definition of 'distribution platform operators' should include OTT operator, Doordarshan or any platform that distributes channels to the subscriber.
40. In this regard, this tariff order is applicable to only those distribution platforms and distribution platform operators for which any permission or license is granted by the MIB. Since OTT operators and Doordarshan are not covered under any permission or license granted by the MIB, the Authority is not in agreement with these suggestions of stakeholders as they are not covered under present framework.

### III. Analysis of issues

#### A. Tariff models

41. In chapter 4 of the consultation paper, possible tariff models were broadly categorized into three categories for a holistic re-examination of the existing business model of digital addressable TV broadcasting sector viz - Models at wholesale level, Models at retail level and integrated models. Comments of the stakeholders were solicited on these suggested models.

##### *Models at wholesale level*

42. At wholesale level, signals of TV channels are provided by the broadcasters to the distributors of television channels. Distributors of television channels receive the FTA channels free from broadcasters (Without any payment). Pay channels are provided to distributors of television channels at the wholesale prices declared by Broadcasters.
43. Various models for wholesale level tariff were suggested in the consultation paper. Most of the broadcasters favoured forbearance as their first choice as a tariff model at wholesale level. Some broadcasters favoured 'regulated RIO model' or a blend of 'regulated and flexible RIO model'. Most of the large distributors of television channels favoured 'integrated distribution model'. They further submitted that the option of bundling or packaging should not lie with the broadcasters and maximum discounts which can be provided by broadcasters on non-discriminatory basis should also be defined by TRAI. Majority of other distributors of television channels favoured 'regulated RIO model' while, a few of the DTH operators favoured 'cost-based model' at wholesale level.

##### *Models at retail level*

44. At the retail level, TV channels are distributed to subscribers by the distributors of television channels either directly or through LCOs. The distributors of television channels aggregate TV channels from different broadcasters and provide them on a-la-carte and bouquets basis to the subscribers. At present the retail tariff in addressable system for both FTA and Pay channels is under forbearance i.e. the distributors of television channels are free to decide their price as per market conditions.

45. Various models for retail level tariff were suggested in the consultation paper. Most of the broadcasters favoured continuation of price forbearance at retail level. One of the broadcasters suggested exclusive a-la-carte model. Most of the distributors of television channels favoured price forbearance at the retail level. A few of the distributors of television channels have favoured integrated distribution model and exclusive a-la-carte model. One of the federations of the cable operators has favoured exclusive a-la-carte model with pay TV channels offered in different slabs and price each free-to-air channel at Re. 1/-. Consumer organizations, individuals and associations expressed mixed opinion regarding the tariff model at retail level favouring price forbearance or a-la-carte model or MRP based model.

*Integrated model*

46. In the integrated model there are no separate wholesale and retail level tariffs. Broadcasters declare the price of their pay channels and bouquets of channels directly for customers.
47. Most of the broadcasters were not in favour of integrated distribution model. Majority of the MSOs and few DTH operators favoured integrated distribution models. They submitted that the broadcasters should provide all its pay channels on a-la-carte basis with rates of each channel directly prescribed for customers/ subscribers. They also opined that FTA channels should be bundled by the distributors of television channels and hence provided to the subscribers. Also, the option of bundling or packaging should lie with the distributors of television channels and not the broadcasters. The a-la-carte rate prescribed by the broadcasters should be consistence with the regulated genre-wise caps as decided by TRAI.

*Manner of offering- Exclusive Pay and FTA bouquet*

48. In the consultation paper stakeholders were asked to suggest whether separation of FTA and pay channel bouquets will provide more flexibility in selection of channels to subscribers and will it be more users friendly.
49. In response, majority of broadcasters suggested that flexibility to package channels should lie with the distributors of television channels and there should not be any separate bouquets for pay and FTA channels. They have pointed out that separate bouquets may result in higher subscription revenue to be paid by subscribers for same number of channels. Majority of distributors of television channels and associations of cable operators were in agreement with separate bouquets for pay and FTA channels for greater customer choice and transparency. A few distributors of television channels and an individual were of the opinion that it should be left to the distributors of television channels to decide.
50. After holistic examination of responses from the stakeholders, received in response to the consultation paper, the Authority proposed a tariff framework in the draft TTO. While doing so, Authority noted the concerns of all the stakeholders in the value chain expressed in written submissions in response to consultation paper or during OHD. The shortcomings of present framework were also analyzed. Accordingly, in the draft TTO it was proposed that broadcasters would declare maximum retail price (MRP) (excluding taxes) of their a-la-carte pay channels for subscribers. Broadcasters would also offer bouquets of their pay channels and declare MRP (excluding taxes) of bouquets for subscribers. However, MRP of such bouquets of pay channels would not be less than 85% of the sum of maximum retail price of the a-la-carte pay channels forming part of the bouquet. It was further proposed that distributors of television channels would charge a monthly rental amount of maximum Rs. 130/- (excluding taxes) per month from a subscriber for subscribing a network capacity of 100 SD channels. Distributors would be permitted to form their own bouquets by including only a-la-carte pay channels of different broadcasters. It was also proposed that within the capacity of 100 SD channels, in addition to channels mandatorily provided to subscribers as notified by the Central Government, a subscriber would be free to choose any free-to-air channel, pay channel, premium channel or bouquet of channels offered by the broadcasters or bouquet of channels offered by the distributor of television channels.
51. Some stakeholders mentioned that in some other countries, the Regulators take a lenient view on regulation of prices for ensuring active competition in the market and leave decisions like wholesale rates, packaging choice to market players. They further suggested that forbearance may be allowed at the wholesale level tariff as there is sufficient competition at all levels of the pay TV industry and broadcasters should be permitted to price their channels as per market dynamics. Few stakeholders suggested that in case forbearance is offered, the rates of the channels will be market and competition driven, and actual demand and supply will control the pricing, which could lead to effective price reduction in the rates, with innovative offers.
52. The Authority has considered the views of stakeholders in this regard and is of the view that full freedom and business flexibility should be given to the broadcasters to monetize their channels. Accordingly, the Authority has decided not to prescribe genre wise ceiling on the MRP of pay channels. However, the Authority expects that the broadcasters will ensure complete transparency, non-discriminatory behavior and protection of subscriber interests while pricing their channels. It is also expected that broadcasters will price their channels reasonably and benefits of higher revenue realization due to digitisation and addressability shall be shared with subscribers also.
53. Some stakeholders suggested that TRAI should determine prices of channels on cost plus basis.

54. In this regard it is important to understand that generally a channel consists of number of the programs. The cost of the production of different programs drastically varies based on the actors, setup cost, script, copy rights, and other miscellaneous factors. The various programs in a given channel also frequently change based on their Television Rating Points (TRP), advertisement potential and other ground reports. Hence, determining the cost of production of a channel at all times is an extremely difficult process, perhaps almost impossible. Moreover, such determination of price would be dynamic in nature and may vary with change in programs in a channel. Programs on television channels change dynamically and as such it is impractical to determine the price of a television channel on cost plus basis.
55. The broadcasters have also flagged that many a times a given channel has been priced by distributors of television channels differently at different distribution platforms. It is alleged that distributors of television channels by having freedom to price a channel at retail level can influence the possibility of subscription to a channel by creating artificial price barrier whereas the broadcasters have no such control.
56. The distributors of television channels on the contrary are of the view that several channels are priced very high by the broadcasters which have no demand by subscribers at that price. However, broadcasters use their dominance or power of driver channels to force such channels to subscribers without them opting for such channels.
57. It is noticed that a broadcaster gets revenue for a channel from two visibly distinct streams, subscription and advertisements. Broadcasters usually provide popular channels for mass viewing to get large viewership of their channels and hence more revenue from advertisements. The Authority, after considering various issues, is of the view that regulatory framework should be such that a customer should be able to exercise his choice while selecting the channels at reasonable prices. While it is difficult to determine the real price of a channel, still a value perceived by a customer can be taken as true value of a channel.
58. It may not be out of place to mention that during the discussions in the Parliament on the motion for consideration of the Cable Television Networks (Regulation) Amendment Bill, 2011, the then Minister of Information and Broadcasting stated that **TRAI will establish a system wherein consumers will be free to choose a-la-carte channels of choice and they will not be required to subscribe to bouquets**. Hence, it will be in fitness of things if broadcasters prescribe the MRP of their pay channels to subscribers who should be free to choose channels of their choice. These rates will be platform agnostic i.e. uniform across the platforms (cable TV, DTH, HTS and IPTV).
59. Prescribing MRP by the broadcasters to subscribers will in a manner self regulate the pricing of pay channels as higher price will reduce the number of subscribers who will opt for such channels thereby impacting their advertisement revenue. It will provide flexibility to broadcasters so that they can optimise the price of pay channels in such a way that they can maximize their sum of revenue from subscription and advertisements. This will also give power to broadcasters to reduce the MRP of channels if they so desire to enhance its viewership.
60. In the draft TTO the broadcasters were permitted to declare different MRPs of their channels for different geographical areas. The broadcasters were also permitted to declare a channel as pay in one geographical market and as free-to-air in another geographical market.
61. On the above mentioned issue, some broadcasters are of the view that differential pricing would help broadcasters in giving discounts in the target geographical area while maintaining revenues from those geographical areas where a particular channel is popular. However, they have further mentioned that geographical area does not take into account inherent difference that exists within the same State owing to different language, preference of the subscribers in different parts of the State. They have also suggested that metro & big cities of Mumbai, Chennai, Kolkata, Hyderabad, Bangalore, Pune and Ahmadabad should be classified as separate geographical areas.
62. On the other hand most of the distributors of television channels are of the view that MRP of a channel should be uniform across India instead of different prices across geographical areas. They have mentioned that variation in pricing on the basis of geographical area may result in discriminatory pricing. They have further stated that prescription of geographical areas in the draft TTO is not based on any study or data and these have been specified without giving any opportunity to the stakeholders to offer their comments on the same. Some MSOs are of the view that fixing of different tariff for different geographical areas will create system related issues since most of the distributors of television channels have single head-end catering to more than one different geographies. According to them it would not be possible to define and control movement of STBs from one location to another and pass on appropriate changes in tariff plans to the subscribers based on the geographical situation of the STB. They further stated that it will also be very difficult to manage and control the different rates of channels mentioned in the EPG for different geographies. DTH operators also mentioned that they do not have any mechanism to exactly know the location of the user. They are of the opinion that differential pricing on the basis of geographical areas can be misused and it may result in disputes relating to payment settlements among stakeholders.

63. The Authority noted the concerns of stakeholders regarding difficulties in providing differential pricing of channels based on relevant geographical areas. The programs of a channel across the country remain same and therefore may not be priced differently. Further, it may be difficult for DTH operators to keep differential tariffs based on geography as their all channels are transmitted throughout the country. The provisions of differential pricing of channels in different areas exists in present regulations. However, based on the reports submitted by the broadcasters to TRAI, very few broadcasters are using this provision. Accordingly, the Authority has decided to do away with the differential pricing of channels based on geographical areas. However if a broadcaster wants to offer a lower price for a channel in a particular geographical area, he will be free to do so by offering similar discount to all the distributors of television channels in that area subject to ceiling on the discount prescribed in the interconnection regulations notified by the Authority.
64. The Authority has noted that at present the uptake of channels on a-la-carte basis is negligible as compared to the bouquet subscriptions. Analysis yields that the prime reason for such poor uptake of a-la-carte channels is that the a-la-carte rates of channels are disproportionately high as compared to the bouquet rates and further, there is no well defined relationship between these two rates. As per data available with TRAI, some bouquets are being offered by the distributors of television channels at a discount of upto 80% -90% of the sum of a-la-carte rates of pay channels constituting those bouquets. These discounts are based on certain eligibility criteria/conditions to be fulfilled by the distributor of television channels in order to avail those discounts from broadcasters. Such high discounts force the subscribers to take bouquets only and thus reduce subscriber choice. As a result, while technically, a-la-carte rates of channels are declared, these are illusive and subscribers are left with no choice but to opt for bouquets. Bouquets formed by the broadcasters contain only few popular channels. The distributors of television channels are often asked to take the entire bouquet as otherwise they are denied the popular channels altogether or given such popular channels at RIO rates. To make the matters worse, the distributors of television channels have to pay as if all the channels in the bouquet are being watched by the entire subscriber base, when in fact only the popular channels will have high viewership. In such a scenario, at the retail end, the distributors of television channels somehow push these channels to maximum number of subscribers so as to recover costs. This marketing strategy based on bouquets essentially results in 'perverse pricing' of bouquets vis-à-vis the individual channels. As a result, the customers are forced to subscribe to bouquets rather than subscribing to a-la-carte channels of their choice. Thus, in the process, the public, in general, end up paying for "unwanted" channels and this, in effect, restricts subscriber choice. Bundling of large number of unwanted channels in bouquets also result in artificial occupation of distributors' network capacity. This acts as an entry barrier for newer TV channels.
65. In order to facilitate subscribers to exercise their options in line with intention of lawmakers to choose individual channels, in the new framework the broadcasters will declare to customers/subscribers the MRP of their a-la-carte channels and bouquets of pay channels. In order to ensure that prices of the a-la-carte channels are kept reasonable, the maximum discount permissible in formation of a bouquet has been linked with the sum of the a-la-carte prices of the of pay channels forming that bouquet. A broadcaster can offer a maximum discount of 15% while offering its bouquet of channels over the sum of MRP of all the pay channels in that bouquet so as to enable customer choice through a-la-carte offering and also prevent skewed a-la-carte and bouquet pricing (refer example 1). The bouquet(s) offered by the broadcasters to subscribers shall be provided by the distributors of television channels to the subscribers without any alteration in composition of the bouquet(s). In case a broadcaster feels that more discount can be provided in formation of the bouquet, it indirectly means that a-la-carte prices at the first stage has been kept high and there is a need to revise such a-la-carte prices downwardly. Full flexibility has been given to broadcasters to declare price of their pay channels on a-la-carte basis to correct such situations, if it may come.
66. Some stakeholders are of the opinion that limiting the discount to subscribers while forming bouquets is anti subscriber. In this regard, while the Authority wants to facilitate the availability of a-la-carte choice to customers/subscribers, it does not intend to encroach upon the freedom of broadcasters and distributors to do business. During the discussions in the Parliament on the motion for consideration of the Cable Television Networks (Regulation) Amendment Bill, 2011, the then Minister of Information and Broadcasting emphasised the need to establish a system for subscribers to choose a-la-carte channels of choice. The Authority has also made several attempts in this regard, but for one or the other reason could not succeed. Here it is important to understand that the Authority has not been able to do pricing of channels in the absence of pricing of content. Present trends indicate that majority of channels are priced much below the prevailing ceiling, but higher ceilings were prescribed to give flexibility to broadcasters to monetise their channels and freedom to do business. Further, different channels even in the same genre may have varying cost of production and potential to monetise, but within the framework. A broadcaster may price even non-driver channels at a much higher value that they can command. Non-discovery of reasonable price of a channel in a market is one of the constraints that can be manipulated and misused to price a channel in a-la-carte from which is illusory. Such high a-la-carte prices permits broadcasters/distributors to provide high discounts to push non-drivers channels in form of bouquets to the subscribers while reducing the probability of choosing the a-la-carte channels of choice as required by the lawmakers in the Parliament. The possibility to forcing bouquets over a-la-carte choice by using higher discounts can be further understood by following example, where a broadcaster has a total of 35 pay channels out of which only 5 are driver channels :

**Table 1: a-la-carte vs. Bouquet prices**

<b>Channel</b>	<b>Discount 75%</b>	<b>Discount 60%</b>	<b>Discount 45%</b>	<b>Discount 30%</b>	<b>Discount 15%</b>
Channel 1 a-la-carte price	19	19	19	19	19
Channel 2 a-la-carte price	10	10	10	10	10
Channel 3 a-la-carte price	12	12	12	12	12
Channel 4 a-la-carte price	5	5	5	5	5
Channel 5 a-la-carte price	4	4	4	4	4
Sum of a-la-carte prices of 5 driver pay channels	50	50	50	50	50
Sum of a-la-carte prices of 30 non-driver pay channels (@ Re 1)	30	30	30	30	<b>30</b>
Total price of 35 a-la-carte pay channels	80	80	80	80	<b>80</b>
Price of bouquet of 35 pay channels (with discount on sum of a-la-carte prices )	20	32	44	56	<b>68</b>

The above table clearly indicates that in case the amount of discount offered by the broadcaster, over the sum of a-la-carte prices of pay channels, while forming the bouquet of those pay channels is very high (75%), the price of bouquet becomes much lower than the sum of a-la-carte prices to the extent that it is almost equal to a-la-carte price of one driver channel. Such amount of discount is anti customer/subscriber as it discourages a-la-carte selection of channels. As the amount of discount on formation of bouquet decreases, the difference between the prices of bouquet and the sum of a-la-carte prices also decreases. In case the amount of discount is fixed at 15%, the price of bouquet becomes higher than the sum of a-la-carte prices of driver channels; thereby encouraging a subscriber to choose a-la-carte channels of his choice.

67. In the present regulatory framework incidences have come to the knowledge where discount upto 90% on the declared RIO prices has been given by broadcasters. Obviously such efforts kill competition and reduce a-la-carte choice which is anti-subscriber. Accordingly, the Authority has prescribed a discount of 15% to be provided by broadcasters at wholesale level and further 15% to be provided by distributors at retail level. The net effect to subscribers at retail level will be a discount of approximately 30% on the bouquets of channels. Therefore flexibility of formation of bouquet has been given to broadcasters and MSOs both to such an extent that total permissible discount does not kill the a-la-carte choice. The Authority has been careful in prescribing a framework which does not encourage non-driver channel to be pushed to subscribers against their choice. Non-driver channels which are provided as part of bouquets not only kill choice of the a-la-carte channels but also eat away the channel carrying capacity available with distributors which may result in artificial capacity constraints at distribution platforms for launch of new/competitive channels. Such restrictions are anti-subscriber and have to be carefully handled. Accordingly, the Authority has consciously decided the present framework of prescribing relationship between a-la-carte and bouquet prices to protect interest of customers/ viewers and as well as those of service providers. However, the Authority will keep a watch on the developments in the market and may review the maximum permissible discount while offering a bouquet, in a time period of about two years.
68. A broadcaster is free to offer its pay channels in the form of bouquet(s) to customers. While subscribing to bouquet, a customer may not be aware of the price of each channel forming the bouquet. Abnormal high price of a pay channel may result in higher price of a bouquet leading to adverse impact on subscribers' interests. It is an established fact that bundling of channels complicates and obscures their pricing. Prices are obscured because subscribers do not always understand the relationship between the bundle price and a price for each component. However, the bundling of channels offers convenience to the subscribers as well as services providers in subscription management. Keeping in view these realities and to protect the interests of subscribers, the Authority

has prescribed a ceiling of Rs. 19/- on the MRP of pay channels which can be provided as part of a bouquet. Therefore, any pay channel having MRP of more than Rs. 19/- cannot become part of any bouquet. The amount of Rs. 19/- has been prescribed keeping in view the prevailing highest genre wise ceilings of Rs. 15.12 for all addressable systems between broadcaster & DPOs at wholesale level and further enhancing it 1.25 times to account for DPOs distribution fee. Broadcasters also have complete freedom to price their pay channels which do not form part of any bouquet and offered only on a-la-carte basis. Similar conditions will also be applicable to DPOs for formation of the bouquets. However, the Authority will keep a watch on the developments in the market and may review the manner in which a channel can be provided as part of a bouquet, in a time period of about two years.

69. In the draft TTO it was proposed that a broadcaster can offer its pay channels on a-la-carte basis and in the form of bouquet also. A genre based ceiling for pricing of such channels was prescribed if such channels are proposed to be provided to subscribers as part of bouquet. In addition, in the draft TTO, it was also proposed to permit broadcasters to declare any of their channels under a separate category called Premium channels, which can be provided to subscribers only on a-la-carte basis and no ceiling was prescribed on the pricing of such channels.
70. In response some broadcasters are of the view that Premium channels and niche channels are different and only channels containing special type of content can be categorized under Premium channels. Some of them have suggested several criteria for categorization of channels under Premium channels.
71. After going through the comments of stakeholders, it appears that there is some misconception in the minds of stakeholders regarding the name of Premium channels. The intention of the Authority was to provide complete flexibility to a broadcaster to categorise any of its channel under Premium category irrespective of the genre of that channel. The only condition proposed for Premium channels was that such channels have to be provided only on a-la-carte basis throughout the value chain. This was decided to ensure that subscriber remained fully aware of price implication of such channels before opting for them. In order to overcome misconception, the Authority has decided to away with categorization of channels as Premium channels. Since broadcasters have already been given freedom to price their a-la-carte channels without any genre ceiling (refer para 52), removal of the concept of premium channel will not make any change as far as implementation on the ground is concern.
72. Some broadcasters suggested that they should be given complete flexibility to offer discounts on MRP based on subscriber demand and make promotional offers for newly launched channels.
73. The Authority, after considering the above mentioned demand of some broadcasters, has decided that broadcasters can offer promotional schemes on MRP of their a-la-carte pay channels. However, in order to prevent misuse of such schemes, the Authority has also decided that the broadcasters are not allowed to offer any promotional scheme on bouquet of pay channels. Further, the duration of any such scheme shall not be more than ninety days at a time and such scheme shall not be offered by a broadcaster more than two times in a calendar year. The prices of a-la-carte pay channels offered under any such promotional scheme shall be considered as MRP of these channels during the period of such promotional scheme. Regulations and Tariff Orders notified by the Authority shall be applicable on the prices of a-la-carte pay channels offered under any such promotional scheme.
74. The Authority has considered the demand of distributors of television channels to let the price forbearance at retail level continue in the new framework also. The Authority has noted that distributors of television channels get channels or bouquets of channels from broadcasters within prescribed limits of discounts. In order to address this concern, the Authority has decided to continue the forbearance at the retail level and provided freedom to distributors of television channels to fix the distributor retail prices of a-la-carte pay channels for their customers by offering discount on the MRP of pay channels declared by the broadcasters. Distributors of television channels are also free to form and price the bouquets from a-la-carte pay channels of different broadcasters with a condition that the distributor retail price of such bouquet of pay channels shall not be less than eighty five percent of the sum of distributor retail prices of the a-la-carte pay channels and bouquet of pay channels formed by broadcasters forming part of that bouquet (refer example 2). Further, in order to protect customer/ viewer interests DPOs also have to ensure that any pay channel having MRP of more than Rs. 19/- cannot become part of any bouquet.
75. Some stakeholders mentioned that at the retail level no ceiling has been stipulated for distributor retail prices of the distributors of television channels vis-à-vis the MRP of the broadcasters. They are of the view that this will result in different distributor retail prices for the same channel in the same area. Some stakeholders further stated that distributors of television channels may price the channel much lesser than its MRP and thus indulge in predatory pricing to acquire market share which needs to be checked. As per them this will result in unhealthy competition in the sector and will defeat the purpose of defining prices at the broadcaster level.
76. The discount to distributors of television channels is to be given on the MRP of a channel declared by the broadcasters. Further, the Authority has prescribed a ceiling on discount that can be offered by broadcasters to distributors of television channels based on the verifiable and nondiscriminatory parameters. Therefore, it may not

be viable for a distributor of television channels to offer a discount on a channel more than the discount that it will get from the broadcaster on the MRP of that channel. The intention of the Authority while prescribing the cap on the discount is to ensure level playing field for all the DPOs and encourage competition. It is expected that DPOs while exercising forbearance will price the channels reasonably and will not indulge in predatory pricing. The Authority will keep a watch and will intervene, in case such a need arises. Next issue relates to monetization of investment in distribution networks.

77. Distributors of television channels have made significant investment in establishing and maintaining their networks which is independent of the broadcaster's requirements. Additional investment is further needed in the distribution networks to expand their reach and upgrade their capabilities to provide multi-media services including the broadband. In addition, distributors of television channels have to carry out various tasks such as subscriber management, billing, complaint redressal, collection of subscription revenue etc. In the present framework distributors of television channels do not have any fixed source of revenue and to a large extent depends on the revenue share earned from the pay channels of broadcasters distributed on their networks to subscribers. In order to recover network cost, distributor of TV channels also price the FTA channels to subscribers. The Authority has noted that in several cases the price of FTA channels notified to subscribers is higher than the prices of some pay channels. This is a wrong practice in principal. Broadcasters of FTA channels feel that such pricing to subscribers is detrimental to their business model which is totally dependent on advertisement revenue. Such prices to view FTA channels reduce the viewership, directly impacting the advertisement revenue. As a result chances of mutual mistrust and litigations increase in value chain. Therefore, the Authority is of the view that the distributors of television channels should have dedicated sources of revenue, independent of revenue share from pay channels' subscription revenue. Accordingly, the Authority has decided to separate the charges for TV channels and network. This will ensure reasonable rate of return on investments in the existing distribution networks as well as ramp up further investment to ensure better quality of service to the subscribers.
78. In draft TTO it was proposed that distributors of television channels would charge a monthly rental amount of maximum Rs. 130/- (excluding taxes) per month from a subscriber for subscribing to a network capacity of 100 SD channels.
79. In response to the draft TTO some broadcasters have mentioned that no rationale has been given for fixing a price for Rs. 130 /- as the price for basic tier. They are of the view that the rental amount should be reduced because cost of transmission reduces with increase in number of subscriber and also the cost of other activities like subscriber management, billing, complaint redressal, call centre, etc., will reduce over time. On the other hand most of the distributors of television channels have supported the prescription of rental amount. Some of them have suggested that instead of prescribing a ceiling rental amount, it should be fixed at Rs. 130/-. Few distributors of television channels have suggested that rental amount should be fixed at Rs. 130/- and a maximum discount of 15% may be allowed. Some distributors of television channels have suggested a rental amount should be Rs. 200/-. One stakeholder has suggested for changing the term rental amount to Minimum Subscription Fee or Basic Subscription charges or Basic Tier Fee as the term rental creates confusion with the rental amount for STB.
80. The Authority agreeing with the demand of stakeholders decided to rename the Rental amount as 'Network Capacity Fee' because the distributor provides a network capacity which a subscriber utilises to receive the signals of subscribed television channels. As per data available, the Authority noted that the cost of carrying 100 SD channels by a distributor of television channels comes to approximately Rs 80/- per month and cost of other activities like subscriber management, billing, complaint redressal, call center etc comes out to be approximately Rs. 50/- per month. Accordingly, the Authority has permitted the distributors of television channels to charge a maximum fixed amount of upto Rs 130/- per month, excluding taxes, from its subscribers towards its distribution network cost to carry 100 SD channels. A subscriber may request for additional network capacity in bundles or lots of 25 SD channels at a rate of Rs 20/- per month, excluding taxes, for subscribing to distribution network capacity for carrying more than 100 channels. This accounts for additional bandwidth cost by distributors of television channels.
81. The Authority has further noted that the Average Revenue Per User net of payments made to broadcasters for their pay channels per month for some distributors of television channels at present is approximately Rs 100/-. The Authority in the Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services (Fourth) (Addressable Systems) Tariff Order, 2010 has mandated the MSOs to offer a package of a minimum of one hundred free-to-air channels as basic service tier (BST) and specify a minimum monthly subscription, not exceeding one hundred rupees (excluding taxes) per subscriber. The price of BST has never been questioned by any stakeholder so far. If we estimate the current price of BST applying the GDP deflator prepared by the World Bank, it comes out to be Rs. 110/-. The Authority has further noted that in Phase-III and Phase-IV areas, large number of small MSOs are providing services who have smaller networks and cater to small number of subscribers. In order to protect the interests of such MSOs, the amount of Rs. 130/ has been prescribed for Network Capacity Fee for the capacity of initial one hundred channels. In order to provide flexibility to distributors of television channels and protect the

interests of customers/ viewers the ceiling of Rs. 130/- has been prescribed. Distributors of television channels are free to fix Network Capacity Fee below this ceiling. However, the Network Capacity Fee will be agnostic to the type of the channel carried over the network. It cannot vary based on the channels subscribed by a subscriber. The Authority will keep a watch on the developments in the market and may review the ceiling on the Network Capacity Fee in a time period of about two years.

82. Now the issue will come as to how network capacity of HD channels will be counted. According to industry estimates, on an average, one HD channel occupies a bandwidth that would otherwise accommodate 2 SD channels with appropriate compression processes in place. Accordingly, the Authority has decided that in case a subscriber subscribes to an HD channel, it will be considered equivalent to two SD channels for the purpose of counting of channels capacity. For example, in case a subscriber opts for capacity of 100 SD channels and subscribes to 1 HD channel, then he will get maximum 98 SD channels and 1 HD channel (1HD channel = 2 SD channels) in subscribed capacity. In case a subscriber subscribes to 2 HD channels, then he will get 96 SD channels and 2 HD channels (2HD channels = 4 SD channels).
83. The flexibility of packaging of channels at retail level is presently given to distributors of television channels. However, it is primarily being influenced by the broadcasters. The entry level bouquets are formed by distributors of television channels with both FTA and pay channels. Such formation of bouquets and restricted availability of a-la-carte channels due to higher prices has worked against the interest of the subscribers. Further, subscribers are not able to choose channels according to their choice. Here it is important that one of the primary objectives of digitalization is to serve the subscriber interest better, giving them better quality signals and more choice of the channels at a reasonable price. In view of above, the Authority has decided that subscribers should have freedom to choose the channels, both FTA and pay channels or combination of pay channels and FTA, of their choice other than mandatory channels of Prasar Bharti.
84. In the present framework customers are generally provided with bouquets of channels. They do not have adequate information about all the channels available on distributors of television channels network and their prices. As a result customers are not able to take an informed decision and exercise their choice in selecting the channels of their choice. In order to protect the interest of customers/ subscribers, the Central Government enacted the Consumer Protection Act 1986, the clause 6 of which lists out the six basic rights the consumers. The clause 6 of the Consumer Protection Act 1986 is reproduced below.

*“6. Objects of the Central Council.—The objects of the Central Council shall be to promote and protect the rights of the consumers such as,—*

- (a) the right to be protected against the marketing of goods and services which are hazardous to life and property;*
- (b) the right to be informed about the quality, quantity, potency, purity, standard and price of goods or services, as the case may be so as to protect the consumer against unfair trade practices;*
- (c) the right to be assured, wherever possible, access to a variety of goods and services at competitive prices;*
- (d) the right to be heard and to be assured that consumer's interests will receive due consideration at appropriate forums;*
- (e) the right to seek redressal against unfair trade practices or restrictive trade practices or unscrupulous exploitation of consumers; and*
- (f) the right to consumer education.” (emphasis provided)*

85. In order to ensure that consumers get adequate information about all the channels available on the network of distributors of television channels and their prices enabling them to make informed choice, the Authority has decided that broadcasters shall publish the MRP of their pay channels on their website, report to the Authority and also inform to all the distributors of television channels. It is also decided that such MRP will be visible to all the subscribers in the Electronic Program Guide (EPG), details of which are discussed in the Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services Standards of Quality of Service and Consumer Protection (Addressable Systems) Regulations, 2017.
86. It may be possible that some customers/subscribers may not find it convenient to choose channels of their choice. Distributors of television channels interact with customers/subscribers either directly or through LCOs and are aware about their choices and interests. Therefore, distributors of television channels will be able to form bouquet(s) from the a-la-carte pay channels obtained from different broadcasters which suit the requirement of customers/subscribers. Distributors of television channels are also permitted to package bouquet(s) of the pay channels from different broadcasters to form a bigger bouquet of pay channels. The Authority has also permitted the distributors of television channels to form their bouquets containing a-la-carte pay channels and bouquets of

pay channels offered by broadcasters. However, a distributor of television channels shall not break a bouquet of pay channels, offered by a broadcasters in any condition either while offering bigger bouquet, or to make two or more smaller bouquet(s) of pay channels at distribution level for subscribers.

87. Many a times a subscriber does not know that FTA channels are given to distributors of television channels free of cost whereas subscription fee has to be given for pay channels only. When a bouquet contains both pay and FTA channels, customers/subscriber may not be able to appreciate the price difference due to lack of information. This need to be addressed. Accordingly, the Authority has decided that bouquets of pay channels and FTA channels have to be provided separately i.e. there can be no bundling of pay and FTA channels together both at the broadcaster as well as at the distributor of television channels level.
88. A subscriber will be free to choose any channel on a-la-carte basis out of the pay and FTA channels of different broadcasters available on the network of the distributor of TV channels. In addition to such a-la-carte choice, a subscriber will also be free to choose any bouquet of pay channels offered by a broadcaster or any bouquet of pay channels formed by distributor of TV channels from pay channels of different broadcasters or any bouquet formed by distributor of TV channels from FTA channels of different broadcasters or a combination thereof. This will ensure increased choice at effective prices. Here it is important to mention that subscribers will not be charged, other than the Network Capacity Fee, either by the broadcaster or distributors of TV channels for subscribing to any a-la-carte FTA channel or bouquet of FTA channels available on the network of the distributors of TV channels.
89. Some DTH operators have raised the issue of non-level playing field and mentioned that the draft TTO effectively proposes to equalize all distributors of television channels, while overlooking their varied investments, scales of operation, QoS, service levels, costs, regulatory levies & taxation, innovation, efficiency of operation, categories of products, etc. They have also stated DTH operators due to high input costs will only result in losses. They suggested that the DTH operators ought to have flexibility to fix their tariffs for their network in such a way that they can plan the recovery of the capex/opex they have made.
90. In this regard it is mentioned that the DTH operator while making the argument that the input cost is higher to them compared to MSOs, had ignored the fact that MSO also incurs cost of developing ground infrastructure and engaging with LCOs and handles manpower on the ground infrastructure. Moreover, every technology is having its own advantages and disadvantages. It is pertinent to mention that while DTH operators use expensive transponder space then they also get the advantage of coverage and acquire subscriber base in any part of country whereas MSOs require to deploy and maintain the ground infrastructure that caters subscribers across the length and breadth of its service area involve huge efforts. At the end of the day both systems are addressable systems and they serve the same purpose. Further, it is observed that no DTH operator furnished cost figures in support of their argument at the stage of consultation on draft TTO despite specifically appealed in it. The Authority has given enough flexibility to distributors of television channels to innovate while protecting the interest of the customers. As such the prescribed ceilings have taken into consideration the cost of both the systems and leave enough margins to compete.
91. Though the Authority has prescribed the ceiling on network capacity fee, it expects that such ceilings will be in operation for a limited period. The Authority will keep a watch on the developments in market and once there is effective competition, it may consider deregulation and do away with the ceilings on network capacity fee in a time period of 3 to 4 years.

#### **B. Rationalization of genres**

92. The Authority in the draft TTO proposed to retain the following seven genres for the purpose of fixation of genre price cap:
  - (i) General Entertainment
  - (ii) News and Current Affairs
  - (iii) Infotainment
  - (iv) Sports
  - (v) Kids
  - (vi) Movies
  - (vii) Devotional
93. In response to the draft TTO some stakeholders are of the view that provision of genre will kill innovation and will force the broadcasters to develop channels only in limited areas as defined in given genre. Some other stakeholders submitted that Music should be retained as separate genre as Music has a huge viewership share which is bigger than news and sports. Some other stakeholders suggested that there should be more additions in the categories of genre list such as Music, Regional, Business News and International etc.

94. The Authority has prescribed different genre to facilitate broadcasters to classify their channels in appropriate genre so that subscribers can scroll such channels easily. However, considering the view of the stakeholders against prescribing any genre in tariff framework, the Authority has decided to do away prescription of the genre in TTO.

#### **C. Ceiling on Genre price**

95. As discussed earlier in para 52, the Authority, after considering the comments of stakeholders in response to draft TTO, has decided not to prescribe any ceiling on the prices of pay channels.

#### **D. Premium channels & pricing**

96. As already discussed in para 71, the Authority, after considering the comments of stakeholders in response to draft TTO, has decided to do away with the categorization of pay channels as Premium channels.

#### **E. HD channels pricing**

97. As discussed earlier in para 52, the Authority has decided not to prescribe any ceiling on the prices of pay channels including HD channels. The Authority has prescribed that any channel having MRP more than Rs 19/- will not be permitted in any bouquet made by either broadcasters or the DPO to take care of obliquely pushing any high price channel into the bouquet. As such, price of the HD channels will get regulated as per the market demands and based on the subscriber choice.

#### **F. Channel visibility on Electronic Program Guide (EPG)**

98. Provisions related to channel visibility on EPG are prescribed in detail in QoS and Interconnection Regulations.

#### **G. Variants or Cloned Channels**

99. In the consultation paper comments of stakeholders were sought on the issue of definition and need for regulation of variant or cloned channels.
100. Majority of broadcasters are not in favour of regulating variant or cloned channels. They have opined that variant or cloned channels does not hamper subscriber interests as they have been introduced to cater different mass/class of population and to increase the reach of channels of broadcasters. They have further suggested that by regulating variant or cloned channels, TRAI would thereby be regulating content of channel which falls outside the purview of TRAI. On the other hand, some of the broadcasters are in favour of regulating variant or cloned channels with no separate charges for the channels having same content but multiple audio feed. One has suggested that the HD channels may however be exempted from the provisions of any such clause.
101. Distributors of television channels have submitted that variant or cloned channels should be clearly defined and it should definitely encompass two channels offering same or almost similar content in multiple languages. They believe that the subscribers should be able to make choice based on his preference of region, language, SD or HD mode and thus, variant or cloned channels may not be placed in the same bouquet.
102. One individual has suggested that two or more channels which has 60% of the same content and two or more channels offering same or almost similar content but in multiple languages should be categorized as a 'cloned channel'. Customers/subscribers should have the freedom to subscribe to any one variant of the cloned channels and should not be forced in same bouquet.
103. Presently variant or cloned channels are placed in the same bouquet of channels as original channel, thereby burdening the subscribers with additional tariffs. At present, no regulatory framework exists to check such activities. The Authority does not want to regulate the cloned or variant channels at present. However, it is desirable that broadcaster or distributor of TV channels should not bundle a cloned channel with the original channel in the same bouquet and, the customers/subscribers should have the option to select language based on his/her preference.

#### **H. Pay-per-program viewing and tariff options**

104. In the consultation paper, stakeholders were asked to suggest whether the option of Pay-per-program viewing (PPV) be made available to the subscribers and if so, whether the tariff of such viewing be regulated.
105. In response most of the stakeholders including broadcasters and distributors of television channels are not in favour of pay-per-viewing option. They suggested that it is not feasible to implement PPV because it will be difficult for the broadcasters and the MSOs to keep track in reference to such volatile changes.
106. While, some stakeholders believe that pay-per-program viewing should be allowed as it gives subscribers better choice and flexibility and, it may be an innovative way of introducing new programs. Distributors of television channels favouring pay-per-program viewing have suggested that it is technically feasible to implement and the

price will be less than the monthly a-la-carte price of the channel. These stakeholders suggested that the PPV service should be left on forbearance and the Authority may intervene on case-to-case basis.

107. Digitalization has enabled implementation of value-added services (VAS) such as video-on-demand (VOD), pay-per-view, pay-per-program etc. Pay-per-program viewing will enable greater subscriber choice and flexibility. This may be conducive for a subscriber who wishes to selectively view only a particular program of his choice on a particular channel, which he may not have otherwise subscribed either on a-la-carte or as a part of a bouquet. This may also enable distributors of television channels and broadcasters to derive higher ARPUs.
108. Presently, the value-added-services are not very popular among the customers/ subscribers. Hence, pay-per-programming seems a forward looking approach for ensuring greater customers/subscribers choice. Moreover, as pointed out by majority of the stakeholders, there will be an additional cost associated with it for increased investments in technology and manpower. In view of the above, the Authority is of the view that there is no need to regulate pay-per-program viewing at present as it is at a nascent stage and, the industry may provide option to customers/ subscribers at an appropriate time when the stakeholders including subscribers and the infrastructure are ready to implement pay-per-program viewing.

### **I. Significant Market Power**

109. In the consultation paper stakeholders were asked to suggest whether there is a need to identify significant market power. The stakeholders were also asked to suggest the criteria for classifying an entity as a significant market power.
110. Most broadcasters aver that the issue of identifying SMP's is in the purview of Competition Commission of India (CCI) and there is no need for TRAI to do so. Further that CCI provides adequate safeguards for preventing anti-competitive behavior. A few broadcasters however do favour the idea of SMP identification and have suggested criteria to identify SMPs. A few distributors of television channels submitted that there is no need to identify SMPs while the others do believe that such a distinction be made. Some distributors of television channels have suggested that vertically integrated entities in the distribution sector be subjected to additional regulation.
111. Apart from regulating the broadcasting and cable services, protecting the interest of service providers and customers/ subscribers, it is also duty of TRAI to facilitate competition, promote efficiency and ensure a level playing field. It must be borne in mind that one of the many objectives and purposes of TRAI and its various Regulations is to promote competition. The Authority has noted that the monopolistic behavior of significant market power is well demonstrated both by few broadcasters as well as few distributors of television channels. However, the Authority is prescribing a new framework for broadcasting sector relating to television and therefore does not want to identify and regulate the significant market power at present. The Authority will keep a watch on the developments after implementation of new framework and in case any monopolistic behavior of significant market power is observed or brought to its notice, the Authority may intervene in future.

### **Example 1**

**(Refer para 65 of explanatory memorandum)**

#### **Determination of maximum retail price of Bouquet formed by the Broadcaster**

1. Suppose, there are 10 pay channels (Ch-1 to Ch-10) offered by a broadcaster.
2. Suppose, the maximum retail price (MRP) of the pay channels declared by the broadcaster for the subscribers are as under:-
  - Ch-1= Rs. 5/-
  - Ch-2= Rs. 3/-
  - Ch-3= Rs. 4/-
  - Ch-4= Rs. 6/-
  - Ch-5= Rs. 7/-
  - Ch-6= Rs. 2/-
  - Ch-7= Rs. 1/-
  - Ch-8= Rs. 3/-
  - Ch-9= Rs. 4/-
  - Ch-10= Rs. 5/-

Sum of MRP of these 10 channels is Rs. 40/-

3. In case the broadcaster offers a bouquet of these 10 pay channels then MRP of such bouquet will not be less than 85 % of the sum of MRP of these 10 channels i.e. Rs. 40 x 85/100 = Rs. 34/-

**Example 2**

(Refer para 74 of explanatory memorandum)

**Determination of distributor retail price of bouquet formed by the distributor of television channels**

1. Suppose, a distributor of television channels offers a bouquet of 10 pay channels (Ch-1 to Ch-10) offered by a broadcaster.
2. Suppose, the maximum retail price (MRP) of the pay channels declared by the broadcasters for the customers and their distributor retail price declared by the distributor of television channels are as under:-

S. No.	Maximum retail price of channels declared by broadcasters (in Rs.)	Distributor retail price of channels declared by the distributor of television channels (in Rs.)
1	5	4.50
2	6	5.50
3	8	7
4	6	5
5	7	6.50
6	8	7
7	10	9
8	12	10
9	9	8
10	4	3.50
<b>SUM</b>		<b>66</b>

3. In case the distributor of television channels forms a bouquet of these 10 channels then distributor retail price of such bouquet will not be less than 85 % of the sum of distributor retail prices of these 10 channels i.e. Rs. 66 x 85/100 = Rs. 56.10